

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo III 



TESIS DOCTORAL

**Procesos de legitimación en el arte contemporáneo: análisis del
fenómeno mediático, comercial e institucional del colectivo de los
Jóvenes artistas británicos durante las décadas de cambio de los siglos
XX-XXI**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Pablo Navazo Ostúa

Directores

**Eva Aladro Vico
Fernando Castro Flórez**

Madrid, 2018

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Periodismo III



PROCESOS DE LEGITIMACIÓN EN EL ARTE CONTEMPORÁNEO

Análisis del fenómeno mediático, comercial e institucional del colectivo de los *Jóvenes artistas británicos* durante las décadas de cambio de los siglos XX-XXI.

Directores de tesis:
Eva Aladro Vico
Fernando Castro Flórez

Tesis doctoral presentada por:
Pablo Navazo Ostúa
Madrid, 2017.

Quisiera agradecer especialmente la ayuda y apoyo incondicional de mis padres en el desarrollo desde el inicio de este estudio, así como el impulso decisivo de María para la conclusión final del mismo.

Agradecer infinitamente también a mis directores, Eva y Fernando por ayudarme en todo el proceso, a Luismet por el gran trabajo y fiel compañía desde el comienzo del documental audiovisual, a Jara por su esfuerzo en la contribución logística, a mi hermano Dani por el apoyo moral, a Marcello por la inspiración, a Ángela por su paciencia, a Tacho, David, Diego y Anjana por prestarme o acogerme en vuestras casas para dar origen a todo el proceso y a los entrevistados para las piezas documentales por prestarnos vuestro valioso tiempo. A todos vosotros infinitas gracias, pues sin vosotros nada de esto habría tenido lugar.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

1. Resumen de la tesis (Castellano)	1
2. Resumen de la tesis (Inglés)	4
3. Introducción a la investigación	7
3.1 Justificación del objeto de estudio	7
3.2 Objetivos del estudio	12
3.3 Disciplinas teóricas del estudio	16
3.4 Metodología del estudio	26
3.5 Cuestiones de la investigación	31
3.6 Clarificación de Conceptos	33
3.6.1 Nociones de “Legitimación” y “Procesos de legitimación”	33
3.6.2 Nociones de “Arte Moderno-Postmoderno y Contemporáneo”	36
Capítulo I)	
Aproximaciones a la terminología instrumental y conceptos fundamentales del proceso legitimador contemporáneo	41
1. La <i>contemporaneidad</i> en el arte y la nueva tipología de obras	41
2. Terminología instrumental	47
3. Oscilaciones en el criterio de la legitimación del artista	50
4. La teoría de los 4 círculos de Reconocimiento de Allan Bowness	54
4.1 La influencia del primer círculo de los pares	58
4.2 La carga legitimadora del segundo círculo de expertos	61
4.3 El tercer círculo exclusivo del mercado	64
4.4 La dificultad aprehensiva del último círculo: <i>el gran público</i>	66
5. La legitimación en el siglo XX; <i>El artista de moda como fenómeno propio de la contemporaneidad</i>	69

Capítulo II)

La fricción relacional entre Arte y Mercado 75

1. La problemática latente entre las valoraciones del Arte y Mercado 75
2. La inversión y el valor del arte como un bien de consumo 82
3. Revisión histórica de los factores económicos influyentes 88
4. La tasación mercantil frente a la valoración artística de la obra 93
5. ¿Cómo determinar el valor económico de una obra de arte? 98
6. Principios del Marketing aplicados en la esfera del Arte 103
 - 6.1 El producto y su ciclo de vida 103
 - 6.2 El valor de la Marca en la contemporaneidad 106
7. El éxito o fracaso relativos en el mercado del arte actual 109
8. La distinción social en el mercado del arte contemporáneo 114

Capítulo III)

Estudio de caso sobre el colectivo de los *Jóvenes Artistas Británicos* 117

1. Contexto político-social del proceso de legitimación del colectivo durante la décadas de cambio de siglo 117
2. La gestación de un nuevo modelo cultural 119
3. Del mundo académico al mercado de arte 124
4. De los palpitantes años noventa a inicios de un nuevo siglo 130
5. ¿Fue este colectivo el resultado de una etiqueta de ventas? 134
6. El posicionamiento político-social 141
7. Valoración ética y social 143
8. Influencias e inicios conjuntos en la mítica *Goldsmith College* 147
9. Las dos grandes exposiciones referenciales del colectivo 150
 - 9.1 El surgimiento del colectivo, la exposición *Freeze* 150
 - 9.2 La consagración internacional, la muestra *Sensation* 157

10. La expansión del fenómeno de los <i>jóvenes artistas</i>	169
11. La determinante acción de Charles Saatchi	184
12. La <i>Tate Modern</i> y la rentable polémica de los <i>Turner</i>	207
13. Análisis cuantitativo de la trayectoria artística de Damien Hirst	219
13.1 Presencia global de la obra de Damien Hirst	221
13.2 Exposiciones organizadas por tipologías de espacios	229
13.3 Clasificación por tipologías de exposiciones	236
13.4 Clasificación de la trayectoria del artista	240
13.5 Clasificación por valoraciones anuales	245
13.6 Análisis comparativo respecto al grupo de pares	250
14. ¿En qué se justifica su precipitada caída?	252
 Capítulo IV)	
Resultados y conclusiones finales del estudio	257
1. Desarrollo de resultados obtenidos tras la aplicación del esquema de Bowness sobre el estudio de caso	257
1.1 Círculo primero: <i>el círculo de pares</i>	257
1.2 Círculo segundo: <i>el círculo de los expertos</i>	264
1.3 El círculo tercero: <i>el círculo del mercado</i>	272
1.4 El círculo cuarto: <i>el círculo del gran público</i>	284
2. Conclusiones finales del estudio	291
 -Bibliografía	313
-Webgrafía	327
-Documental audiovisual	<i>Soporte digital</i> (CD-I portada)
-Anexos	<i>Soporte digital</i> (CD-II contraportada)

1. Resumen de tesis (Castellano).

Procesos de legitimación en el arte contemporáneo.

El presente estudio se aproximará de forma global al sistema del arte contemporáneo. De forma concreta nos centraremos en analizar y definir los procesos mismos de legitimación del artista y sus obras. La conformación del sistema del arte, sus agentes y capacidad legitimadora durante el periodo de los años noventa y principios de siglo XXI supondrán el eje primordial sobre el que gire la totalidad del análisis.

A nivel específico enmarcaremos la investigación en la realidad sociopolítica inglesa de fin de siglo, la cual fomentará la consagración artística de un colectivo de creadores denominados por aquel entonces: *Young British Artists* (YBA). Una generación de artistas que supieron sacar partido e incorporar a la esfera del arte elementos propios del marketing, la publicidad y los medios de comunicación, para fomentar una cierta controversia social, así como una consecuente, atención mediática desmedida sobre sus propuestas artísticas.

Parte importante del propósito del estudio, no es sólo definir las etapas necesarias que deben darse para el proceso actual de legitimación, sino identificar también estos factores y elementos particulares que conforman la valoración de los artistas y sus obras de arte. Por lo que centraremos nuestra visión, tanto en estos elementos que resultan decisivos en la construcción de grandes marcas reconocibles del mundo del arte, como a la par, trataremos de analizar las circunstancias socioculturales concretas que rodearon el fenómeno de legitimación del estudio de caso de los YBA. El objeto principal del estudio de caso se centrará en el análisis de la trayectoria artística de Damien Hirst, el controvertido abanderado de dicha colectivo de artistas. Destacaremos como objetivo, analizar cómo la figura de este artista ha recorrido los distintos estadios del proceso de legitimación hasta auparse, en mayor o menor medida, a la cima de la escena del arte contemporáneo internacional.

Abordaremos igualmente la creación de la etiqueta nominativa misma de YBA, promovida por el magnate de la publicidad: Charles Saatchi. Con el objetivo explícito de poner de relieve que el ensalzamiento de ciertos artistas y obras concretas, no ocurre de una forma arbitraria o azarosa. Bien por el contrario el sistema social del arte actual se estructura de una manera organizada acorde a una cierta lógica formal. Una dinámica social, en la que se encuentran interactuando simultáneamente, una multiplicidad de agentes e instituciones, involucrados en el proceso desde muy diversos ámbitos y disciplinas.

El proceso de legitimación que acompañó al grupo YBA resulta paradigmático de cómo un colectivo, supuestamente artístico, pudo verse tan fuertemente influenciado por las intensas dinámicas mercantiles que les rodeaban. Para aproximarnos a esta cuestión nos serviremos, a modo de herramienta instrumental, del discurso y publicación del, entonces, director de la *Tate Gallery* y *Henry Moore Foundation*: Alan Bowness. Pues ya en 1989 Bowness publicará un conciso libro titulado: *The Conditions of success: how the modern artist rises to fame*. En esta disección Bowness, esboza de modo esquemático el proceso que permite a los artistas acceder a un cierto reconocimiento y legitimación social. Este esquema nos servirá como modelo referencial sobre el que construir y comparar la trayectoria que desarrolla un artista hasta alcanzar dicha legitimidad social.

En el citado estudio Bowness define una simple, pero muy sugestiva, conjetura denominada *la teoría de los cuatro círculos*, en la que se presentan cuatro fases o círculos: *los pares, los expertos, el mercado y el público*. Cuatro círculos por los que, según Bowness, un artista debe transcurrir paulatinamente para poder alcanzar finalmente el reconocimiento. Así nos serviremos de esta teoría para poder comprender y definir el proceso legitimador en el arte actual. Emplearemos dicho esquema como modelo estructural que nos delimite el espacio teórico para el resto del análisis del estudio de caso, así como tras su puesta a prueba, comprobaremos la validez y vigencia actual del mismo.

Las conclusiones que obtendremos serán referentes tanto a la aplicación de la teoría expuesta por Bowness, aplicada a nuestro estudio de caso de los YBA, como en lo referente al sistema económico y social que sustenta el modelo de legitimación del arte actual. Es por ello que podemos extraer como parte de las conclusiones relevantes del estudio, que el fenómeno meteórico de los YBA, se trató de un proyecto artístico/cultural que desde sus inicios fue impulsado desde instancias exclusivas del mercado del arte.

Una vez que este impulso inicial comience a evolucionar por sí mismo, atrayendo la atención de grandes medios y público, los actores que prosiguen con el respaldo a su trayectoria artística, no son otros que algunos de los grandes *expertos del arte*. Más reconocidos y respetados, estos referentes sociales del arte son poseedores de un mayor grado de capacidad legitimadora que la inicial esfera del mercado artístico. A pesar de que el apoyo por parte de estos agentes supondrá un soporte bastante heterogéneo y nada definitivo, supondrá el colofón concluyente que apunte la trayectoria de figuras como la de Damien Hirst.

Como veremos inicialmente no será el mercado del arte, con sus galeristas y marchantes, quien promocionó en exclusiva este proceso. Pues también las instituciones públicas del arte, de algunas de las grandes potencias de occidente, unieron voluntades para promocionar este arte como un nuevo y pujante valor mercantil. El cual dejará de necesitar la asistencia o aprobación por parte del mundo de la crítica experta para situarse en una posición propicia para generar admiración y deseo de consumo. De este modo para el caso de los YBA, los medios de comunicación, con su lenguaje espectacular, polémico y persuasivo, vinieron a ocupar el vacío de influencia, que el mundo de la crítica experta había dejado tras una aparente desaparición de escena. Podemos ver representado este fenómeno en la puesta a prueba del esquema de Bowness, pues tras el análisis del estudio de caso, observamos un solapamiento o una relativa simultaneidad de acción de los cuatro círculos descritos. Dejando de manifiesto la falta de vigencia del esquema, pues no representa de forma certera la compleja realidad del sistema del arte actual.

2. Resumen de tesis (Inglés).

Legitimation processes in contemporary art.

In the present study we will try to analyze and define the contemporary art system as a whole. Specifically we will focus on the processes of legitimation of the current artist and his works. Assuming the very conformation of the art system, its agents and its legitimating capacity during the period of the nineties and the beginning of the twenty-first century, the fundamental axis on which the entire study revolves. At the specific level, it will be framed in the English sociopolitical reality of the end of the century, which will promote the artistic consecration of a group of creators called then the Young British Artists (YBA). A generation of current artists who knew how to profit and incorporate into the realm of art, elements of marketing, advertising and the media to deliberately attract media attention to their proposals.

An important part of the purpose of this study is not only to analyze the elements necessary for the development of the process of legitimation, but also to identify these factors that make up the value of artists and their works of art. So we will focus our vision, both on these factors that are decisive in the construction of great recognizable marks of the art world, and at the same time, we will try to analyze the concrete socio-cultural circumstances that surrounded the phenomenon of legitimation of the case study of the YBA. Although our main focus of the case study will focus on the trajectory and figure of Damien Hirst, the controversial standard bearer of this generation of artists. We will emphasize as an objective, to analyze how the figure of this artist has crossed the different stages of the process of legitimation until reaching, to a greater or lesser extent, to the top of the international contemporary art scene. We will also address the creation of the nominative label: YBA, by advertising magnate Charles Saatchi, analyzing the style, valuation and legitimation at the same time of the work of Damien Hirst. With the explicit aim of showing that the exaltation of certain artists and concrete works, does not happen in an arbitrary or random way, but rather, it is structured in an organized way within a certain formal logic.

A social dynamic, in which are simultaneously interacting, a multiplicity of agents and institutions, involved in the process from many different spheres and disciplines. The model of legitimation that accompanied the group of creators is paradigmatic of how, once an artistic collective, could be so strongly influenced by the mercantile processes that surrounded them.

To approach this fundamental question of the study, we will serve as an instrumental tool of the speech and publication of the then director of the Tate Gallery and Henry Moore Foundation, Alan Bowness. It will be in 1989 that Bowness will publish his speech in a concise book entitled: *The Conditions of success: how the modern artist rises to fame*. In this dissection Bowness intends to outline in a schematic way the process that allows the artists to access a certain social legitimacy. This scheme will serve as a structural instrument referring to the trajectory that an artist develops until reaching that legitimacy.

In the Bowness study he defines a simple, but suggestive, conjecture called the four-circle theory, in which Bowness presents four phases or circles: peers, experts, market, and the public. Four circles by which an artist must pass gradually to finally reach social legitimation. Thus we will use the theory of the same to be able to understand and define the legitimating process in contemporary art. With the intention of using this scheme as a structural model that delimits the theoretical space for the rest of the analysis, and after the implementation of the scheme, verify its validity and current validity.

The conclusions obtained will refer both to the application of the theory exposed by Bowness applied to our case study of the YBA, which was our starting point, as in the economic and social system that underpins the model of legitimation of the current art. Therefore, we can draw as part of the relevant conclusions of the study that the meteoric phenomenon of the YBA was an artistic / cultural project that its initial impulse towards legitimation was strongly supported from instances associated with the art market itself.

When this initial impulse begins to evolve by itself, attracting the attention of large media and public, the actors who continue with the support to their artistic trajectory, are not other than some of the great experts of the art. Recognized and respected, these social referents are holders of a high degree of legitimating capacity. Although this will suppose a rather uneven support and, as we have seen, for nothing definitive, it will be the conclusive climax that points to the figure of Damien Hirst.

But it will not be exclusively the art market, with its gallerists and marketers, who mainly promoted this process, as also the public institutions of modern art of the western countries, united wills for the promotion of art, as a new and thriving market sector. At least in the specific case of our study of the YBA, it will no longer require the assistance or approval by the world of expert criticism to place itself in a propitious position to generate admiration and desire for consumption. Thus in the case of the YBA, the mass media, with its spectacular, controversial and persuasive language, came to occupy the void of influence, which the world of expert criticism had left after the disappearance of the current scene. We can see this phenomenon in the dissolution effect of the Bowness scheme, which, after inversion, overlap or relative simultaneity of action of the four circles of legitimation, is no longer valid, if ever it was, In a precise way, the faltering reality of the current art system.

“El amor y la alegría por el arte se han convertido en una moda y las obras de arte están consideradas en todas partes como mercancía para invertir. Éste es el diablo de nuestra época.”

Ángela Vettese (*Invertir en arte*, 2002)

3. Introducción a la investigación.

3.1 Justificación del objeto de estudio.

El sistema del arte contemporáneo en su conjunto, será el ámbito general donde se enmarcará nuestro objeto de estudio. El proceso mismo de legitimación del artista y sus obras, en todas sus fases y matices, supondrá el eje fundamental donde gire la totalidad del estudio. A nivel específico, nuestra investigación se centrará en la conformación misma del sistema del arte, sus agentes y su capacidad legitimadora, durante el periodo de los años noventa y principios de siglo XXI. Enmarcado a nivel espacial, en la realidad sociopolítica de una Inglaterra de fin de siglo, que fomentará la consagración artística de un colectivo de creadores denominados, *Young British Artists* (YBA).

La pujante y comprometida relación existente entre el arte contemporáneo, el mercado y los medios de comunicación, desarrollada hasta su plenitud durante ese mismo periodo en Inglaterra, será otro eje fundamental, al que pretendemos aproximarnos desde el presente estudio. Centraremos nuestra atención, especialmente, en las relaciones auto-referenciales constantes entre la esfera del arte y los medios de masas, puestas de manifiesto en las frecuentes alusiones temáticas, por parte de los artistas del YBA, a numerosos referentes mediáticos. De modo semejante, a las repetidas alusiones difundidas desde los medios sobre las polémicas obras de los mismos creadores. Algunos de estos artistas, como Demian Hirst o Tracy Emin, que han sido en las pasadas décadas, referencias constantes, tanto iconográficas como temáticas, del arte actual y la cultura de masas, supondrán el objeto de estudio principal del estudio de caso.

Esta generación de artistas, supo como nadie, incorporar elementos del marketing, la publicidad y los medios de masas para atraer, deliberadamente, la atención mediática sobre sus obras, la cual les generará a su vez, una difusión promocional tan extensa, que les garantizará un reconocimiento social a gran escala. Entre estos distintos medios, publicaciones y eventos de comunicación de masas, será preciso dedicar un destacado apartado al más reconocido, socialmente, de los premios del arte actual, el multimediático y durante un tiempo fenómeno de masas: *el premio Turner*.

Concedido por la institución británica Tate Gallery y denominado así por el célebre pintor inglés J.M. Turner. Como es sabido, el premio Turner es considerado como uno de los más emblemáticos y conocidos premios que se conceden en el arte contemporáneo a nivel mundial. Durante los años noventa y principios de este siglo en Inglaterra, este premio gozó de una enorme repercusión mediática, rodeándose de una serie de elementos que lo hicieron especialmente atractivo desde la perspectiva del análisis mediático. Será en 1997, cuando el susodicho premio, alcance su momento culmen, pues las galas en las que se hacía público el veredicto sobre el ganador, llegaron a ser presentadas por estrellas del pop, como Madonna y eran sponsorizadas y retransmitidas por cadenas de televisión durante los horarios de máxima audiencia. Por estos hechos y por las reacciones sociales que suscitaron, hechos que abordaremos en profundidad más adelante, el premio Turner se convertirá en un caso paradigmático del fenómeno asociado al colectivo YBA, especialmente atractivo para el análisis desde el presente estudio.

Debido principalmente a que fueron numerosos los miembros de los *jóvenes artistas británicos* (YBA) premiados o nominados como finalistas de tal galardón, resulta necesario para el estudio, la selección de algunos de los más destacados para poder centrar nuestro análisis. Es por ello, que se decidió enmarcar como objeto principal del estudio a las figuras de los siguientes artistas, en primer lugar, Damien Hirst, el controvertido abanderado de la generación YBA, nominado al premio Turner en 1992, y ganador del mismo en 1995 por su obra *Mother and Child Divided*.

En segundo lugar, la artista Tracy Emin, finalista del premio en 1999 por su obra *My bed*. También estudiaremos a otros autores del movimiento YBA, como los polémicos hermanos Chapman o el artista británico de origen nigeriano, Chris Ofili, ganador del Turner en 1999, con su obra: *The holy virgin Mary*. Tras un periodo de valoración de estos distintos finalistas y premiados señalados, optamos por centrarnos principalmente en la obra y legado, hasta la fecha, de Damien Hirst por múltiples razones: en primer lugar, como señalamos anteriormente, Hirst supone el icono más representativo del movimiento artístico de los YBA y por tanto, merece un análisis exhaustivo de su carrera profesional, con el consecuente proceso de legitimación institucional como emblema cardinal del controvertido fenómeno inglés. Del mismo modo, Hirst ha sido catalogado desde muchos sectores, como una figura del arte construida por y para los medios de comunicación de masas, la cual ha suscitado un interés excesivo, tanto por su carácter cargado de un polémico cinismo, como por la naturaleza ambivalente de sus obras.

Damien Hirst ha supuesto, sin lugar a dudas, el primero de los YBA en alcanzar un estatus multimediático que hasta entonces ningún artista europeo contemporáneo, había logrado alcanzar con tal impacto y repercusión. Finalmente la organización, por parte de la institución de la Tate Modern, de la gran retrospectiva sobre Hirst celebrada en 2012, terminó por consolidar institucionalmente, aún más si cabe, su ya más que controvertida trayectoria.

Durante el proceso de estudio y análisis de las meteóricas carreras de los *jóvenes artistas británicos*, una figura que resulta igualmente imprescindible destacar, y cuyo papel en el proceso de legitimación de dichos artistas resultará determinante para su éxito y reconocimiento, será el magnate de la comunicación Charles Saatchi (vid. referencia biográfica y bibliográfica completa sobre esta figura en páginas 179-199). El famoso publicista, coleccionista y galerista de arte, Charles Saatchi, cuya repercusión e influencia legitimadora alcanzará, a finales del siglo XX, tal nivel de reconocimiento, que terminará por conseguir su objetivo de consagrar el movimiento o etiqueta artística de los YBA a una verdadera escala internacional.

De la adquisición inicial de obras de arte, exclusivas del estilo minimalista que caracterizó a Saatchi, pasará más tarde, a una enérgica apuesta por la joven producción artística británica, factor que supondrá el verdadero germen de la creación de los YBA, como una etiqueta nominativa del referido colectivo de creadores. Resulta significativo, que el recorrido profesional de Saatchi en el mundo del arte, viene a ser definido como una trayectoria oscilante, que le conducirá constantemente a transitar, como coleccionista y galerista, por muy distintos estilos y períodos artísticos. Lo más característico para este estudio es, que las motivaciones principales de estos virajes estilísticos, estarán fuertemente ligados a las fluctuaciones de las leyes del mercado del arte en particular, pero también del más genérico, pero influyente, mercado de valores financieros.

Partiendo de la noción que la fuerte influencia del mercado puede llegar a ejercer sobre la configuración formal del arte contemporáneo, quisiéramos también abordar en este estudio, la importancia que, cada vez más, van ejerciendo los principios propios del marketing, la publicidad y la autopromoción comercial de los creadores, dentro del arte actual. En esta misma línea, resulta esencial destacar el valor de *la marca* en el arte, descrito en detalle por Don Thompson¹ en sus diversas publicaciones.

En su libro, *El tiburón de doce millones de dólares*² (2009), Thompson manifiesta que, para poder lograr el éxito artístico a gran escala hoy, es preciso desarrollar el concepto propio de la mercadotecnia de *marca reconocible*.

¹ Don Thompson es economista y profesor de Marketing y Estrategia en la *Schulich School of Business* de la Universidad de York en Toronto. Es el autor de *El tiburón de doce millones de dólares* (2009) y *La supermodelo y la caja de Brillo* (2015). Ha enseñado en la Harvard Business School y en la London School of Economics, es autor de 11 relevantes publicaciones. Escribe sobre la economía del mercado de arte para publicaciones tan diversas como *The Times* (Londres), *Harper's Magazine* y *The Art Economist*. En la actualidad reside y trabaja en la ciudad de Toronto, Canadá.

² En el título de su publicación Don Thompson hace una evidente alusión a la famosa y polémica obra de Damien Hirst, *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* (*La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo*) en la que se presenta un escualo de fauces abiertas flotando en un taque de formol. La primera gran obra de Hirst con la que se dio a conocer internacionalmente tras su venta multimillonaria.

Para el cual, el factor comunicativo mediático, resulta un valor fundamental para que la obra y el artista logren alcanzar una alta valoración en la esfera del arte. Según este, lograr posicionar la “marca”, dentro del mundo del arte, es imprescindible para alcanzar el éxito hoy, ya sea tanto para el artista, como para galeristas o los marchantes que lo representan (Thompson, 2009: 78). Conforme a su discurso, en una sociedad postcapitalista globalizada, mediada por la influencia de la imagen y los grandes medios de comunicación, hasta los propios coleccionistas interesados en adquirir ciertas obras, o las mismas casas de subastas que deseen venderlas, deberán someterse a la construcción de una identidad mediática, que los posicione como entes reconocibles dentro del vasto panorama del arte actual. Pues según Thompson, solo a través del posicionamiento de una “*marca reconocible*”, los agentes del arte podrán adquirir esa ansiada legitimidad que les permita actuar con autoridad e influencia en la esfera artística contemporánea (Thompson, 2009).

Por tanto, a lo largo del estudio analizaremos en profundidad esta serie de características que se describen como elementos propios del marketing y la publicidad, incorporados al mundo del arte desde hace ya algún tiempo, pues estos elementos, resultan muy pertinentes a la hora de determinar qué procesos y agentes legitiman hoy al artista. Así parte del propósito de este estudio, no es sólo desgranar los elementos necesarios que se dan para el desarrollo del proceso de legitimación, sino identificar también estos factores que conforman la valoración de los artistas y sus obras de arte. Por lo que centraremos nuestra visión, tanto en estos factores que resultan decisivos en la construcción de grandes marcas reconocibles del mundo del arte, como a la par, trataremos de analizar las circunstancias concretas socioculturales que rodearon el fenómeno de legitimación del estudio de caso de los YBA. Su modelo de legitimación resulta paradigmático de cómo, alguna vez un colectivo artístico, pudo verse tan fuertemente influenciado por los procesos mercantiles que les rodeaban. Dinámicas socioeconómicas, que terminarán afectando de forma decisiva y directa, tanto a las carreras profesionales de muchos de estos artistas, como incluso a las temáticas y modalidades estéticas de algunas de sus obras.

3.2 Objetivos del estudio

Nuestros objetivos en esta investigación, se centrarán en la comprensión y el análisis del proceso de legitimación, que dominó el panorama del arte contemporáneo durante los años noventa y buena parte del inicio del nuevo siglo. Trataremos de poner de relieve algunas de las dinámicas más representativas del mundo del arte actual. Enfocando el análisis en el estudio de caso, del paradigmático movimiento de los YBA y en concreto, en el artista más representativo de dicha agrupación de artistas británicos: Damien Hirst. Para ello, dividiremos los distintos objetivos en cuatro capítulos o apartados diferenciados, acordes al desarrollo de las secciones del estudio; el primer capítulo o apartado temático, constará de una aproximación teórica al proceso legitimador del arte contemporáneo y por tanto, el objetivo principal se centrará, en acotar la conceptualización misma del proceso de legitimación en el arte, desplegando toda una serie de reseñas sobre los aspectos más indicativos de las constantes oscilaciones en el criterio de legitimación y sus procesos, que se han sucedido a lo largo de la historia del arte.

Para aproximarnos a esta cuestión, en primer lugar, tendremos como referencia principal el estudio publicado por la historiadora del arte, Nuria Peist³, *El éxito en el arte moderno. Trayectorias artísticas y procesos de reconocimiento*⁴ (2012). En el cual se nos presenta un esquema metodológico que trata de definir en qué consiste dicho proceso. Peist se sirve a modo de herramienta instrumental, del discurso realizado en 1989, por el entonces, director de la *Henry Moore Foundation*, y antiguo director de la *Tate Gallery*, Alan Bowness (vid. referencia biográfica página 46).

³ Licenciada en Historia del Arte y Doctora en Historia del Arte por la Universidad de Barcelona (UB), Nuria Peist, enseña actualmente Historia del Arte en la UB. Su actividad investigadora está centrada en la Sociología del Arte. Participa en congresos internacionales de historia del arte, sociología y filosofía y publica en revistas especializadas como *Cultural Sociology*, o en 2012 en Ábada el libro, *El éxito en el arte moderno. Trayectorias artísticas y procesos de reconocimiento*.

⁴ En el libro, *El Éxito en el arte moderno. Trayectorias artísticas y procesos de reconocimiento*, Peist desarrollará, a partir del estudio de las trayectorias individuales hacia el reconocimiento social de una serie de creadores, que es posible analizar los mecanismos, los agentes determinantes y los condicionantes, que permitieron a estos artistas, acceder a un reconocimiento.

En 1989, Bowness, publicará su discurso en un conciso libro titulado: *The Conditions of success: how the modern artist rises to fame* (vid. referencia página 46). Como señalará Peist, esta disección pretende esbozar de modo esquemático el proceso que permite a los artistas acceder a una cierta legitimación social. Por tanto, daremos en este estudio una especial relevancia al modelo esquemático descrito por Allan Bowness.

Este esquema nos servirá como herramienta estructural referente, sobre la manera en que un artista alcanza dicha legitimidad. Ya que en el mismo se define una simple, pero sugestiva, conjetura denominada la teoría de los cuatro círculos, en la cual Bowness presenta cuatro fases o círculos, por las que un artista debe transcurrir paulatinamente para poder alcanzar finalmente el reconocimiento y legitimación social. Así nos serviremos de la teoría de Bowness para acotar nuestro objetivo fundamental, poder comprender y definir el proceso legitimador en el arte contemporáneo. Con la intención, tanto de emplear dicho esquema como modelo estructural, que nos delimite el espacio teórico para el resto del análisis, como tras la puesta en práctica del esquema, comprobar su validez y su vigencia actual.

Continuaremos en un segundo capítulo o apartado temático, en el que nos centraremos en la ya histórica y controvertida fricción relacional, entre los valores de las obras de arte en sí y sus consecuentes valoraciones en el mercado. Las valoraciones mercantiles del arte estudiadas, se manifiestan fuertemente dependientes de las cambiantes leyes de oferta y demanda del mercado del arte, es por ello que en este capítulo, trataremos de puntualizar de modo concreto, el desarrollo y aplicaciones de conceptos como *tasación mercantil*, *valoración de mercado y marketing*, *ciclo de vida y marcas reconocibles*, en el mundo del arte, así como su supuesta primacía de influencia, en la escena del arte de la contemporaneidad.

En el tercer apartado, abordaremos el estudio de caso, sobre la Generación YBA en Inglaterra durante los últimos años de los ochenta, la posterior década de los 90 así como los primeros años del presente siglo XXI.

Abordaremos la creación de la etiqueta nominativa “YBA”, por el magnate de la publicidad, Charles Saatchi, analizando el estilo, valoración y legitimación al mismo tiempo de la obra de Damien Hirst. Teniendo como objetivo principal analizar, como la figura de este artista, abanderado del movimiento YBA, galardonado con el polémico premio Turner y rompedor de récords de venta de obra contemporánea en subastas, ha recorrido los distintos estadios del proceso de legitimación hasta catapultarse, en mayor o menor medida, a la cima de la escena del arte contemporáneo internacional.

Dedicaremos una parte del análisis, al estudio pormenorizado de las diversas instancias legitimadoras más significativas que han conformado la esfera de este arte reciente: las figuras de los coleccionistas, los galeristas y marchantes, comisarios y críticos. También analizaremos los espacios desde donde se han ejercido sus acciones de influencia: galerías, museos y casas de subastas.

Será igualmente uno de los propósitos del estudio, analizar las relaciones que se establecieron entre estos artistas, con sus primeros coleccionistas, galeristas, críticos y especialistas del mundo del arte. Aquellas figuras, que en un primer lugar, les respaldaron en su trayectoria hacia el éxito, suponen un factor clave en el desencadenamiento del proceso legitimador. Aunque bien puede decirse que en numerosos casos, el éxito supuso algo exclusivamente mercantil y no tanto un consenso social entorno a la legitimidad de sus propuestas.

En este tercer capítulo, se le dedicará igualmente una especial atención a los medios de comunicación, como recientes agentes legitimadores con una relevancia muy destacable dentro de la esfera del arte actual. Por otro lado, no supone un objetivo primordial de este estudio, valorar lo meritorio de la fama y éxito comercial obtenidos por algunos de los artistas de la YBA. Tampoco enjuiciar la acusación de velados intereses de agentes intermediarios más relacionados con la especulación y valores mercantiles, que con los principios fundamentales del arte. Valga la redundancia, tratar de comprender y esbozar estas dinámicas del proceso de legitimación del arte actual.

Con el objetivo e intención explícitos de poner de manifiesto, tras el análisis y exploración de dichos procesos, que el ensalzamiento de ciertos artistas u obras concretas, no se da de una forma arbitraria o azarosa, sino que por el contrario se estructura de manera organizada dentro de una lógica formal. Una dinámica social, en la que se encuentran interactuando simultáneamente, una multiplicidad de agentes e instituciones, involucrados en el proceso mismo desde muy diversos ámbitos.

Estos en suma, suponen los objetivos y las motivaciones que nos han llevado a enfocar como objeto de estudio, la misma esfera del arte contemporáneo y, en concreto, los procesos de legitimación que subyacen en todo el complejo sistema que rodearon a las obras y los creadores del colectivo, denominado *jóvenes artistas británicos* durante las décadas de cambio de siglo.

Finalmente, el cuarto y último capítulo lo dedicaremos a una sección de conclusiones y valoraciones finales, donde se plasmarán todas las conexiones extraídas de las observaciones anteriores, así como sus consecuentes repercusiones. Por tanto, en el presente estudio de tesis se abordarán y analizarán, los siguientes diez aspectos fundamentales del presente cuerpo documental, teniendo como objetivos principales del estudio, la comprensión, definición y análisis de los mismos:

1. El proceso legitimador contemporáneo.
2. La teoría de los cuatro círculos de Allan Bowness.
3. La relación ambivalente entre Arte y Mercado.
4. La importancia del valor de la “Marca” en el arte.
5. El movimiento artístico: *Young British Artists* (YBA).
6. El artista como estudio de caso: Damien Hirst.
7. El coleccionista y galerista: Charles Saatchi.
8. El premio, *Turner* y la institución, *Tate Modern*.
9. La influencia en el arte de los YBA de los medios de comunicación.
10. Los agentes principales y espacios de legitimación de los YBA.

3.3 Disciplinas teóricas del estudio.

La intención será servirnos de diversas disciplinas para poder aplicar distintas herramientas teóricas. Así nos valdremos de las aproximaciones teóricas, que la Sociología del Arte despliega para abordar el estudio de los fenómenos artísticos en particular. Del mismo modo, abordaremos el estudio de las relaciones socio-profesionales del mundo del arte desde una misma disciplina sociológica. Es decir, que a partir de la aplicación de la sociología de un modo más específico, trataremos de conformar un marco, centrado en el análisis de las interacciones de los distintos agentes e instituciones del sistema de legitimación del mundo del arte.

En esta sección, trataremos del mismo modo de mostrar, los posibles límites y problemas para definir la propia Sociología del Arte, así como la importancia de complementar sus aplicaciones teóricas junto a otras disciplinas. A continuación, expondremos el posicionamiento teórico que prevalecerá en este estudio de tesis presentado.

Varios son los límites y dificultades que presenta la Sociología del Arte, para definir nuestro marco teórico. Resulta complejo, tanto a la hora de desarrollar una única definición específica y completa de la misma, como describir, pormenorizadamente, las posibilidades especulativas que aporta su aplicación. Será así, que expondremos a través de diversos autores, algunas de las líneas de acercamiento al tema lo más representativas posibles.

Néstor García-Canclini, frente al marco teórico que puede ofrecer la Sociología de Arte, define un espacio en donde nos enfrentamos a un campo de problemas vagamente delimitado por estudios de orientaciones divergentes (García-Canclini, 1979). De un modo similar Vera Zolberg, la socióloga norteamericana, nos advierte en *Sociología de las artes* (2002) que el concepto mismo de arte es muy variable, dependiendo del modo en que sea analizado. Por lo que Zolberg, recomienda una aproximación objetiva, neutral y empírica respecto al hecho histórico en sí mismo, concibiendo las obras de arte y sus creadores, elementos instrumentales que permiten definir los aspectos del mundo contemporáneo.

En cambio será Vicenç Furió (vid. referencia biográfica en página 44) en su obra *Sociología del arte* (2000), quien defiende desde una perspectiva más humanista, una visión de la disciplina, en la que se concede una mayor relevancia y conceptualización al aspecto artístico en sí mismo. Según este, al analizar las relaciones que se establecen entre la sociedad y el arte, no solamente se intenta entender a la sociedad, sino en último término, a la propia obra de arte. Se esboza así, una dinámica de relaciones bilaterales en la que la influencia entre ambos aspectos, arte y sociedad, resulta definitivamente importante en ambas direcciones.

Para Furió, en la actualidad podría hablarse de tres grandes áreas de conocimiento o disciplinas académicas que estudian las relaciones entre el arte y la sociedad (Furió, 2000). En primer lugar, sería la Historia social del arte, el segundo lugar la Estética y finalmente la Sociología. Diversas disciplinas que pueden llegar a confundirse por encontrarse tan interconectadas y resultar tan afines en su aplicación a determinados campos concretos. Resulta clave para este estudio, poder distinguir sus matices para maximizar así, sus aportaciones específicas al mismo.

Definiremos a continuación, las diferencias y matices que caracterizan a cada una de estas disciplinas y cuáles resultan más pertinentes para la aplicación en nuestro estudio. Así definimos la Historia social del arte, como el estudio disciplinar que centra su visión en la producción, desarrollo y difusión de las creaciones artísticas y sus creadores, enmarcados en una serie de periodos sucesivos de la historia. Definida con las palabras de Vicenç Furió, la Historia social del arte posee la finalidad de explicar las obras de arte y su evolución a partir de sus premisas históricas, con un especial interés en las condiciones sociales que hacen posible la producción artística (Furió, 2000).

Igualmente, un campo de conocimiento estrechamente relacionado con la Historia del arte sería indiscutiblemente, la Crítica del arte. El estudio de la función del arte mismo, se encontraría en una frontera entre ambas disciplinas, de complejo deslinde.

Como disciplina, la Crítica de arte se distingue de la Historia del arte, en que se preocupa de sancionar, ratificar o establecer un valor artístico determinado, de una obra, autor o estilo al completo, relativo a sí mismo o entre otras obras determinadas y con respecto a otras piezas del autor o de un estilo comparable.

En cambio, el estudio de la Historia del arte, sería bien distinto de la Crítica, pues el historiador del arte utiliza la metodología de la historia para resolver interrogantes como: ¿Cómo llega un artista a posicionar socialmente su obra?, ¿Quiénes son los agentes que respaldan este proceso? o ¿Cómo afectó su trayectoria al curso de la historia del arte posterior al mismo?

Se tendrá presente las aportaciones de la Historia del arte, sobre todo en lo referente al estudio de las biografías y trayectorias artísticas en el estudio de caso. Asimismo, en las interpretaciones respecto a la problemática de categorización temporal de la modernidad y posmodernidad en el arte. En lo referente al estudio de las carreras profesionales de los artistas recientes, será necesario recurrir igualmente a las contribuciones de la Historia del Arte Contemporáneo.

Fernando Castro Flórez en su libro, *La estética del nihilismo*, afirma que “el papel de la estética se torno deconstructivo. Si el arte tiene un momento verdadero es en su sublevarse con respecto al curso del mundo: es el estigma y la posible curación de los abusos de la cultura” (Castro Flórez, 1996: 28). Así mismo, Castro Flórez en *Contra el bienalismo. Crónicas fragmentarias del extraño mapa artístico cultural* (2012), sugiere que en esta era globalizada la experiencia estética en sí, se ha convertido en una entrega absoluta a la espectacularización. Imponiéndose en gran parte del arte un escenario cruel, y al mismo tiempo, banal que termina derivando irremediabilmente, en tendencias artísticas como la *estética racional* o la obsesión por el archivo. Por otro lado, de entre la variedad de críticos e intelectuales asociados históricamente a la disciplina estética, resulta crucial destacar la importancia de tres de los representantes más destacados de la llamada Escuela de Frankfurt: Walter Benjamin, Max Horkheimer y Theodor Adorno.

Autores que dedicaron una parte importante en el desarrollo de su brillante *Teoría Crítica* al análisis de las funciones y dinámicas sociales del arte en la actualidad. Teoría que surgirá como un *construcción analítica* de los fenómenos sociales a los

que investiga. Los autores definen el arte como el elemento en el que se depositaban las *esperanzas de liberación*, pues para estos, el arte puede representar de una forma plástica, las contradicciones mismas de la sociedad.

Sin embargo, según algunos autores de la escuela de Frankfurt, el arte se ha convertido en un objeto puro y estrictamente de consumo. Domesticado principalmente por los medios de comunicación, el arte ha perdido la capacidad crítica que lo caracterizaba antaño. Desempeñando hoy, la finalidad de ocultar dichas contradicciones sociales, en vez de representarlas y ponerlas visualmente de manifiesto. También resulta especialmente significativo para nuestro estudio de caso, la crítica que se hace respecto a la manipulación del arte que la publicidad lleva a cabo para la industria cultural, directamente a través de los medios de comunicación, cuyos principales beneficios provienen precisamente de la publicidad, determinando el éxito o fracaso de dichos medios. Señalando que todo aquello que la industria cultural pretende, se transmite a través de la publicidad mediante un mensaje que paulatinamente va calando en la conciencia del individuo, convirtiéndose en condición propia de las sociedades de consumo.

Desde su perspectiva, Adorno aportará la noción de *negación* al campo de la producción artística, por el cual, desde el triunfo del Impresionismo, el arte toma una dirección basada en la búsqueda de nuevos modos de representar la *perfección estética* y será que tras la llegada del movimiento artístico de la *abstracción*, cualquier referente a otra realidad posible, queda completamente negada o anulada en su aspecto figurativo. De este modo el arte se transforma entonces en un referente nada más que de sí mismo. La Sociología del Arte, es una de las que más nos interesa en este estudio, ya que buena parte del marco teórico y metodológico forma parte de ella. Su atención se centra en tratar de resaltar la dimensión social del *hecho artístico*, a través del estudio de una serie de autores y obras realizadas en un medio determinado. Respecto a la estética sociológica, Furió señala que será “aquella en la que se destaca la influencia de los factores sociales en las discusiones sobre los temas de reflexión que le son propios: el concepto de belleza, la naturaleza y las funciones del arte, los problemas relacionados con la experiencia estética, etc.” (Furió, 2002: 20).

Para poner de manifiesto la doble relación existente entre arte y sociedad, mediante el análisis de las influencias y condicionamientos sociales existentes entre ambos. Estas condiciones sociales, afectan no solo a las características de las propias obras, sino también a los valores que se le otorgan, tanto estéticos, económicos o de cualquier otra índole.

Resulta importante señalar de igual modo, que son diversos los factores que pueden condicionar los efectos sociales del arte, tanto en lo que supone la influencia de ideas, actitudes o gustos de los públicos. Podemos entender la relación que estudia la Sociología del arte como la existente entre arte y sociedad, en una dinámica puramente variable, compleja y heterogénea.

En cuanto a investigaciones desde la Sociología del Arte referentes e importantes para el estudio, cabe resaltar el trabajo realizado por Pierre Bourdieu, Raymonde Moulin y Nathalie Heinich. En este sentido Bourdieu resulta un autor fundamental, destacando su obra *Las reglas del arte* (1992), donde desarrolla un análisis general del arte, partiendo del ejemplo de la configuración de la industria literaria en su tiempo. A partir de este modelo, Bourdieu esboza una concepción del mundo del arte, como una suerte de *campo de fuerzas*, en el que los actores implicados compiten por apropiarse el capital económico, el capital simbólico, el capital cultural y el capital social existente en dicho campo.

No demasiado lejos de esta postura nos encontramos con la citada, Nathalie Heinich, de la cual también nos han resultado muy relevantes, algunos de sus estudios, en particular, la publicación *El triple juego del arte contemporáneo* (1998). En ella, Heinich hace un minucioso estudio sobre las curiosas e irónicas dinámicas que han caracterizado tanto al arte de vanguardia de principio de siglo XX, como las tendencias más contemporáneas del arte actual.

Según Heinich, en el nuevo arte existe una especie de patrón cíclico de funcionamiento, consistente en la acción combinada de una supuesta transgresión rupturista por parte de los creadores, el consecuente modo escandalizado de reaccionar por parte de los públicos y la manera de integrar y asumir finalmente dicha propuesta transgresora, por parte de las instituciones del arte.

Tratándose de una dinámica, la que describe Heinich, muy referencial para nuestro estudio, pues se trata de una exploración que engloba de forma interconectada, características de análisis propias de la sociología, a la vez que historicistas y teóricas estéticas del arte.

Desde estas perspectivas parece ser, un rasgo característico de nuestro tiempo, que los aspectos de lo *estético*, *histórico social* y lo *sociológico* estén cada vez más entrelazados, tanto en la práctica de los artistas como en los análisis formales de sus creaciones. Parte de la producción artística actual, al igual que sus representaciones, parece abarcar e implicar exigencias, premisas teóricas y experiencias propias de sujetos y grupos distintos y cada vez más diferenciados; cada uno con su identidad, con sus propios intereses, con su propio imaginario, con su propia propuesta ideológica o emotiva. Es por ello, que reiteramos la idoneidad de abordar, desde estas disciplinas, los primeros aspectos más relevantes del presente estudio.

Del mismo modo trataremos de tener igualmente presentes, las aportaciones de las Teorías de la Comunicación en lo referente a las repercusiones mediáticas de los acontecimientos que rodean las figuras públicas de los artistas, así como el desarrollo y difusión del arte y las industrias culturales. En este sentido, también resulta necesario puntualizar las aportaciones cruciales desde la Escuela de Frankfurt, pues en la *Dialéctica de la Ilustración* (1947), escrito en colaboración entre Adorno y Horkheimer, se cuestionan las bases que sustentan nuestra visión del mundo, de la sociedad y de la conciencia del hombre. En esta obra se ponen en tela de juicio, los significativos mecanismos culturales de dominio de la sociedad, pues según estos, el mundo social en su totalidad, es conducido a través de la influencia de la industria cultural. Entendida como un referente único de la cultura de masas, tomando forma a través de los formatos de la publicidad, la televisión, la radio o el arte, los cuales funcionan como elementos, desde donde se ejerce el dominio social. Así como señalará Marcuse “el aparato impone sus exigencias económicas y políticas, de expansión y defensa, sobre el tiempo de trabajo y el tiempo libre, sobre la cultura material e intelectual” (Marcuse, 1984: 30).

Por otro lado, Walter Benjamin ha supuesto otra figura fundamental en cuanto a su influencia en la teorización de las industrias culturales como fenómeno social. Fue uno de los primeros que reflejó en sus escritos, conclusiones relevantes en torno a los cambios y consecuencias que supuso la introducción de la reproducción mecánica en el arte. Destacaremos principalmente su ensayo sobre La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica (1936), en la que se ponía de manifiesto la pérdida del sentido del *aura*, en la obra de arte original, a través de la repetición y multiplicidad de reproducciones de la misma, en los medios de comunicación de masas, como el cine, la fotografía o la publicidad.

Haremos hincapié en este cariz más pragmático y persuasivo del proceso comunicación de masas, el de la distribución, promoción y comercialización del arte y las industrias culturales. En este aspecto nos serviremos de modo específico de las aportaciones más prácticas provenientes de las ramas del Periodismo, la Publicidad y el Marketing del Arte. Atenderemos a una visión del marketing del arte como un conjunto de herramientas útiles para alcanzar nuevos mercados, dentro de las industrias culturales, como un conjunto de procesos que determinaran toda una filosofía de gestión del producto, ya sea una obra específica, un autor o toda una corriente o colectivo.

Por su parte, Solomon en *Marketing: Real People, Real Choices* (2003) introduce una conceptualización del sistema del marketing cultural y del arte, como una verdadera producción cultural en si misma. De acuerdo con este autor, el grupo de individuos y organizaciones que crean y comercializan productos culturales conforman un complejo sistema de producción de valores culturales. Dicho sistema contiene a su vez, tres subsistemas: un subsistema creativo, que es el que se encarga de crear nuevos símbolos o productos; un subsistema de gestión, que es el que selecciona, produce y distribuye los nuevos símbolos o productos y, finalmente, un subsistema propiamente de carácter comunicativo, que es el que cumple la función de dotarlos de significado, proveyéndoles con un grupo de atributos simbólicos específicos y reconocibles a cada uno de ellos.

El marketing cultural y del arte, como práctica cultural, está implícito en los tres procesos del subsistema, es decir el primero *el creativo*, el consiguiente *de gestión* y finalmente *el comunicativo*. La fortuna o infortunio que acontece al producto cultural creado y promocionado es, según esta visión, una decisión basada completamente en las leyes y dinámicas propias del mercado cultural.

De este modo, sirviéndonos de determinadas herramientas propias de una perspectiva mercantil, como lo son las ramas del Marketing o la Publicidad, pero enmarcando estas, en una serie de interpretaciones contextuales provenientes de las ciencias sociales, como la Sociología o la Historia del Arte, alcanzaremos el objetivo de someter al objeto de estudio, a un análisis interdisciplinar más completo y ecuánime.

Tal y como hemos expuesto, nuestra intención prioritaria para desarrollar el análisis del estudio, ha sido concederle al marco teórico del estudio, el mayor carácter multidisciplinar posible. Para ello, en el capítulo del estudio de caso del fenómeno artístico, mercantil y cultural de los *Jóvenes Artistas Británicos*, trataremos de explorarlo desde las teorías y disciplinas de la comunicación de masas, la creatividad y la historia del arte y el marketing, aplicadas de forma específica sobre el estudio de caso.

Así, cronológicamente, se analizará de forma multidisciplinaria, las distintas fases que caracterizaron el desarrollo y culminación del colectivo YBA. Referente colectivo artístico, circunscripto principalmente al espacio de la ciudad de Londres de fin de siglo XX, pero que por la relevancia de algunos de sus actores más significativos, ha trascendido tales restricciones físicas y temporales. Por ello, nos valdremos de la trayectoria de ascenso hacia el éxito y la legitimación de los YBA, para emplearlo como referente modélico para un estudio retrospectivo más amplio. Como hemos expuesto previamente, nuestro marco teórico de partida estará delimitado por la Sociología del arte y la Historia del arte, según las cuales, el pensamiento contemporáneo está fuertemente influenciado por el derrumbe de los referentes legitimadores academicistas, previos a la modernidad. La caída de dichos paradigmas, provenientes de los mandatos academicistas más técnicos y

rigurosos, ha supuesto desde comienzos del siglo XX una gran ruptura conceptual para el mundo del arte y sus procesos de legitimación. Frente a este colapso técnico de las academias, surgieron nuevos principios, tales como la *singularidad* o la *novedad*. Valores propios de la Modernidad, que han configurado en la esfera del arte un complejo engranaje, organizado por una multiplicidad de agentes que tratan de influir de forma directa en los procesos de legitimación del arte. Este vasto proceso múltiple, estaría protagonizado por las acciones influyentes de diversos actores, que compiten entre ellos por asignar e imponer posiciones valorativas, sobre las obras de arte y sus respectivos creadores.

En este sentido, tal y como apunta Vicenç Furió en *Arte y reputación. Estudios sobre el reconocimiento artístico* (2012) para poder estipular una valoración artística es necesario, primeramente, tener presente y analizar en consecuencia las condiciones socioculturales en las que se produce, se difunde, se percibe y es juzgada una obra determinada. Es decir, que siguiendo los parámetros de la Sociología, el foco de atención y responsabilidad principal a la hora de buscar un elemento determinante del proceso de legitimación, debería recaer sobre el contexto sociocultural establecido, en el que acontece dicho proceso. Así como, poder interpretar las características intrínsecas en todos los niveles del sistema del arte en el momento exacto, tanto de la ejecución, como de la difusión y legitimación de la obra.

De ahí, la pertinencia del uso de la Sociología y la Historia del Arte, para demarcar las características propias del contexto social de los artistas. Por otro lado, las Teorías de la Comunicación suponen una herramienta disciplinar fundamental, tanto para poder interpretar la recepción y difusión de las obras, como para señalar los códigos y lenguajes empleados por los creadores.

Una vez definidas las disciplinas a las que nos remitiremos en nuestro estudio, el interrogante fundamental desde el marco teórico del estudio, sería, si una vez analizados dicho contexto sociocultural y sus claves comunicativas, resulta factible confeccionar una hipótesis, que dote de sentido al fenómeno, por el cual se legitiman determinados artistas en la actualidad.

Es decir, si el criterio legitimarte del mundo del arte, podría responder a un patrón o definirse dentro de un marco determinado. Anticipando la que será la consiguiente sección del estudio, en la cual trataremos de aplicar una metodología específica. Esta nos permitirá determinar un patrón, que explique y justifique el mismo proceso de legitimación artístico, suponiendo que tal empeño sea realmente posible.

3.4 Metodología del estudio

Para tratar de aproximarnos a la cuestión de la legitimación en el arte actual, sobre la que girará buena parte de la investigación posterior, recurriremos como una referencia crucial del estudio, a la publicación: *El éxito en el arte moderno* (2012), de la historiadora del arte, Nuria Peist. En la citada obra se nos presenta un esquema metodológico definido a raíz del discurso realizado en la década de los años ochenta en la ciudad de Londres, por el entonces, director de la *Henry Moore Foundation*, y antiguo director de la *Tate Gallery*, Alan Bowness (vid. referencia biográfica página 46). Este, publicará en 1989 un conciso libro basado en su meritoria ponencia titulada: *The Conditions of success: how the modern artist rises to fame* (vid. referencia página 46). Tal y como señala Peist en su libro, en este discurso Bowness, tiene como objetivo principal desmentir la sensación, generalizada en aquel momento, de que el proceso de legitimación de los artistas se trataba de algo aleatorio o circunstancial. Como hemos señalado anteriormente, Bowness, trata de esbozar muy esquemáticamente en su discurso, el proceso que permite acceder a la legitimación social de los artistas.

Así el autor británico define, acorde a su visión personal, unas cuatro etapas por las que debe trascurrir un artista desde una fase inicial, como un desconocido anónimo, hasta que este, alcanza una cierta legitimación social.

El arriesgado esquema de Alan Bowness, está estructurado en lo que él mismo definiría *los cuatro círculos de reconocimiento*, cuatro fases o etapas de legitimación que le permitirán consagrar al creador, al final del proceso, como un artista legitimado colectivamente por el sistema del arte. Estos cuatro círculos o estadios podríamos esbozarlos de la siguiente manera: una primera fase inicial, denominada por Bowness, como *el círculo de los pares*, aquel círculo compuesto por un conjunto de artistas coetáneos, es decir los compañeros generacionales, de estilo o escuela, del propio artista.

Según el autor, serían los propios artistas, los primeros capaces de reconocer las competencias excepcionales entre algunos de sus colegas generacionales que destacasen por encima de ellos. Una vez sobrepasado esta fase de despunte entre iguales, el artista debería avanzar hacia una segunda fase, denominada como *el círculo de la crítica*, o *círculo de los expertos*, compuesto por los críticos y teóricos especializados en la creación artística, cuya función principal, es articular el lenguaje que exprese y dote de sentido a las obras, legitimando la obra desde la esfera crítica.

Uno de los soportes fundamentales de los que se sirven los expertos, teóricos y críticos, para influir en el proceso de legitimación son los medios de comunicación y las publicaciones, los cuales juegan un papel primordial en una buena parte del proceso social legitimador. Bowness incluye también en este mismo círculo, la acción de los organizadores de exposiciones, directores de museos o comisarios que, según su criterio, actúan a la par de críticos y expertos en el momento de definir las diversas propuestas. De este modo, las acciones legitimadoras de comisarios de exposiciones y directores de museos se pueden considerar, junto a la labor de los críticos, como las prácticas propias del *círculo de los críticos o expertos del arte*. Estos especialistas, suelen desarrollar sus actividades dentro de diversas instituciones y organizaciones dedicadas a las artes visuales, tales como centros culturales, museos y universidades.

Así llegaríamos hacia la recta final, al denominado tercer estadio de reconocimiento: *el círculo del mercado*, aquella instancia que se organiza en torno a la acción de los coleccionistas privados, galeristas y marchantes de arte. Una vez que el artista emergente, consigue el reconocimiento legítimo de la crítica experta, según Bowness, facilitará enormemente la posibilidad de que suscite el interés y el respaldo de los coleccionistas y marchantes. Este acceso al tercer círculo del mercado, propiciará principalmente una mayor circulación de la obra, entre los distintos ámbitos de legitimidad y reconocimiento.

Finalmente, en cuarto y último lugar, nos encontraríamos con el círculo del *gran público*. Supone un último paso para el acceso al reconocimiento y la legitimación generalizada. Con esta última fase, se produciría la internacionalización de la obra, tanto en el mismo mundo del arte, como en los medios de comunicación a gran escala, alcanzando finalmente el tan ansiado acceso a espacios de alta visibilidad social.

Tal y como apunta Nuria Peist en su estudio, que como indicamos supondrá un referente crucial para el desarrollo del presente estudio, lo que Bowness plantea, es una suerte de trayectoria ideal para los artistas, que vendrá definida como un recorrido progresivo, en donde se va adquiriendo consecutivamente, ciertos grados de reconocimiento. Partiendo desde un punto inicial interno se avanzaría sucesivamente, hacia diversas esferas externas circunscritas, atravesando ulteriormente los cuatro círculos que conducen hacia un reconocimiento y una legitimación final.

Tras una primera lectura, debemos considerar como una de las aportaciones destacables de esta teoría de círculos, el arriesgado intento de Bowness, por esbozar una estructura esquemática que trate de representar la compleja organización espacial y temporal del proceso legitimador del arte. Es por ello, que nos serviremos de este planteamiento metodológico para poner a prueba tanto el modelo teórico en sí, como para tratar de comprobar hasta qué punto, encajaría en este modelo, el característico fenómeno artístico eclosionado en Inglaterra, en la tumultuosa década de los noventa.

Pudiendo concluir, que el propósito fundamental del presente estudio, se basará en la puesta a prueba de la teoría de *los cuatro círculos de reconocimiento* de Alan Bowness, a partir del estudio de caso de la trayectoria de reconocimiento y legitimidad social, del peculiar grupo de artistas contemporáneos ingleses, conocidos internacionalmente por su etiqueta anglosajona de *Young British Artists* o por su abreviatura en inglés: *YBA*.

De modo particular, centraremos el análisis en la figura del artista Damien Hirst (vid. referencia biográfica y bibliográfica completa sobre esta figura en *Apartado III*, páginas 115-155) como gran representante del colectivo YBA.

Trataremos de contrastar, si el esquema modélico de Alan Bowness, se corresponde con las trayectorias trazadas de los *jóvenes artistas británicos* (YBA), tras el análisis de sus datos biográficos, durante la década de los noventa y principio del siglo XXI.

Si siguiéramos el recorrido esbozado por Bowness, los artistas de la YBA, se relacionarían primeramente entre sí, destacando entre ellos algunos creadores más sobresalientes y audaces respecto al resto. Seguidamente, debieron acceder a un segundo círculo de respaldo y consenso de la crítica experta, para posteriormente consagrarse con el apoyo definitivo de coleccionistas y marchantes, que financiaran y distribuirán su obra. Finalmente, en el último círculo, un gran público, acabe por reconocer y legitimar su aportación, dentro del panorama general de la historia del arte. Este será el recorrido que pretendemos trazar desde los primeros orígenes del colectivo -si fuera posible considerarlo como tal- hasta su reconocimiento social y aparente legitimación, para terminar con su decaimiento y disolución. De este modo, pondremos a prueba el propio sistema metodológico de Bowness y lo utilizaremos para examinar la trayectoria de estos creadores británicos, al tiempo que, diseccionaremos el marco sociocultural del momento y los orígenes político-económicos de donde provinieron.

Las fuentes que utilizaremos para la extracción de datos, serán divididas en dos bloques principales: aquellas fuentes de información cualitativa y aquellas fuentes de información cuantitativas. Las biografías y autobiografías, resultan cruciales para el estudio cualitativo del proceso de legitimación del artista, percibido y descrito, directamente por los propios sujetos involucrados en el mismo.

Igualmente, las críticas y análisis formales sobre las obras y artistas, serán consideradas fundamentales para interpretar el grado de legitimidad,

reconocimiento y comprensión de la obra, por parte, tanto de la considerada crítica experta, como de medios de comunicación masivos de un público más amplio y generalizado.

Por otro lado, analizar los datos sobre el número de exposiciones y publicaciones, será fundamental para el estudio cuantitativo, el cual nos permitirá la elaboración de gráficas comparativas, que muestren el desarrollo evolutivo a lo largo de los periodos examinados. Esta información, será fundamentalmente extraída, de las relaciones que se reflejan en las partes finales de la gran mayoría de los catálogos de exposiciones de los artistas estudiados.

También, será interesante señalar la consulta de los listados del ranking de influencia en el mundo del arte, establecido por las plataformas de gestión de datos del mercado del arte: *ArtFacts.Net* y *ArtReview.com* donde podremos analizar la valoración concedida a los distintos artistas y agentes del arte, a lo largo de las décadas del 1994 y hasta el 2014. Lo que supone una horquilla temporal de dos décadas, con la que trabajaremos especialmente, pues se trata de una veintena de años, que representan el cambio de página del siglo XX, hacia un nuevo siglo.

El estudio que presentamos a continuación, es el resultado de varios años de investigación y entrevistas con artistas, galeristas, críticos, coleccionistas, comisarios y muchas de las categorías de agentes de la esfera del arte contemporáneo. Como resultado de estos nutridos diálogos con especialistas del sector, presentaremos también una breve pieza documental audiovisual, que complementará al estudio de esta tesis escrita. A todos ellos, involucrados, inspiradores y protagonistas de ambos proyectos investigativos, nuestro mayor agradecimiento.

3.5 Cuestiones de la investigación

Existe un dilema bastante repetido entre los visitantes de un museo de arte contemporáneo: ¿qué ha sucedido en el arte para que *La fuente* de Duchamp o las latas de sopas *Campbell* de Warhol, sean consideradas auténticas obras de arte mundialmente reconocidas?.

Se trata de una cuestión que casi todos, apasionados del arte o menos, nos hemos preguntado en algún momento. Y ante la cual, la serie de respuestas más extendidas suelen girar en torno a los conceptos de innovación, ruptura o revolución creativa, respecto a un cierto legado precedente.

Una vez, más o menos sentenciado dicho interrogante, las preguntas suelen continuar hacia enunciados tales como: ¿qué dinámicas o procesos han acaecido para legitimar tales obras específicas, y no otras similares, y sobre todo en base a qué criterios? ¿Es que acaso existen algún patrón de medida referencial y objetivo que pueda aplicarse al sistema del arte, para valorarlo equitativamente? Estas cuestiones iniciales, fueron las que dieron origen a las primeras conjeturas para desarrollar el presente estudio, pues supusieron esencialmente, un primer punto de partida.

La dificultad para explicar el mundo del arte actual podía acentuarse aún más, pues aunque aceptásemos, que esas obras que hayamos hoy en los museos de arte actual, están ahí, por sus innovadoras aportaciones o indiscutibles cualidades creativas, la pregunta siguiente sería: ¿es el público medio que asiste a estos espacios para el arte, capaz de reconocer dichas aportaciones o cualidades?

A menudo da la impresión, que una vez legitimados por el sistema del arte y seleccionados por manuales didácticos o medios de comunicación, nuestra formación cultural nos impide cuestionarlos, y por tanto, damos por ciertas determinadas elecciones, aunque no nos resulten del todo legítimas. Incluso, cuando albergamos la sospecha, que detrás de la celebridad de ciertas obras o autores, pueden encubrirse ciertos intereses velados, que nada tienen que ver con lo puramente artístico, aún así, parece que algo nos impide cuestionarlos de un

modo concluyente. Desde el comienzo de la aproximación al peculiar y fascinante mundo del arte, aquello que más poderosamente llamó mi atención, era el modo, aparentemente arbitrario y subjetivo, en que críticos y expertos determinaban de forma irregular, el mérito legítimo que le correspondía a las distintas obras del arte actual. ¿Cuáles pueden ser en la actualidad las circunstancias que hagan posible consensuar colectivamente, una valoración determinada? ¿De qué depende realmente, dicha legitimación del creador y su obra, en el sistema del arte contemporáneo? ¿Sería posible alcanzar una aprobación generalizada, que seleccione una serie de obras que sean consideradas como *las grandes obras de nuestro tiempo*?

Estos interrogantes serán, los que generen el arranque investigativo del presente estudio y aunque no se trata de una exploración en su completa dimensión histórica, sociológica, semiótica o mercantil, principalmente, pretende responder a la cuestión sobre ¿cuál es el proceso que se desarrolla hoy, para legitimar una determinada obra y a su consiguiente creador?

Pero para poder empezar a responder dichas incógnitas, antes de nada, deberíamos tener en cuenta principios, como los que puntualizará el sociólogo del arte, Vicenç Furió (vid. referencia biográfica en página 44) en su libro, *Arte y reputación. Estudios sobre el reconocimiento artístico* (2012). Según este, a la hora de enfrentarnos a valorar determinadas obras de arte, al igual que a sus creadores, el principal inconveniente con el que nos encontramos es, que debemos asumir que, por fortuna o desgracia, los presentes criterios con los que maniobramos en la actualidad, no son más que una serie de valoraciones puramente momentáneas y estrictamente circunstanciales.

3.6 Clarificación de conceptos empleados

3.6.1 Nociones de “*legitimidad*” y “*procesos de legitimación*”

Frente a *reconocimiento* que viene definido como la acción de distinguir a una cosa, persona o institución entre las demás, como consecuencia de sus características y rasgos, es decir, el valor que nos permite distinguir algo por sus caracteres propios, *consolidación* que viene descrito como la adquisición de firmeza, solidez y estabilidad, así como *consagración*, que viene marcado por el logro del prestigio que alcanza una persona, preferiremos en este estudio, emplear el término conceptual de *legitimación*, descrito como la acción y efecto de convertir algo en legal, lícito o justo, de acuerdo con la razón.

Suponiendo la aprobación de la autoridad, capacidad o derecho que posee una persona o institución, para el ejercicio de un rol, poder o función social. Así podríamos sintetizar el término conceptual de *legitimación*, como la aprobación externa de una instancia o agente como autoridad general, por el cual esta instancia o agentes autorizados, quedan justificados, consensuados y sustentados por sus tutelados.

Los términos conceptuales de *consagración*, *reconocimiento* o *consolidación*, del mismo modo que *legitimación*, son categorías vinculadas a un juicio crítico experto, sobre los contenidos implícitos de las obras y las propuestas formales del artista. Mientras que los términos conceptuales de *fama*, *celebridad* y *éxito*, en cambio, son conceptos mucho más marcados por el carácter externo, cuantitativo y abstracto, fruto de la intensa exposición mediática y la aceptación pública. Pero casi todos ellos, pueden resultar ambiguos, imprecisos o equívocos, debido principalmente a la polisemia de sus connotaciones.

Mención aparte, merece en el estudio, la acotación y justificación del uso del concepto más complejo de *procesos de legitimación*. Desde el punto de vista discursivo, el proceso de legitimación, se realiza en contextos altamente cualificados, donde los agentes que se involucran en el proceso, son

mayoritariamente actores expertos en su disciplina. Agentes que, generalmente, poseen una voluntad exclusiva y objetiva, que justifican política, cultural o legalmente las acciones y juicios, de aquellos que ocupan posiciones referenciales de un determinado sector. Esta estrecha relación entre el *proceso de legitimación* y el poder de facto de sus agentes implicados, puede convertir al proceso legitimador en sí, en una causa cargada con fuertes connotaciones políticas, económicas e ideológicas.

El lingüista Teun Adrianus Van Dijk en su publicación “Ideología y análisis del discurso” en *Utopía y Praxis Latinoamericana* (nº 29, 2005: 9-36) puntualiza, que los criterios de pertenencia, actividades, normas y valores para cada grupo, no sólo regulan y organizan las dinámicas del propio grupo, sino que también son utilizadas para justificar, tanto sus acciones, como la posición social del grupo. Del mismo modo, prácticamente la totalidad de las teorías, que se ocupan de enmarcar los paradigmas de la clasificación y la estratificación social, coinciden en la necesidad explícita de un *proceso de legitimación*, que tenga como principal objetivo mantener el orden social.

Así, según las teorías funcionales utilitarias, la estratificación social y la legitimidad de unas minorías son necesarias y beneficiosas para el orden y la disposición de todos los miembros de la sociedad. Mientras que, por el contrario, para las teorías críticas del conflicto, el *proceso de legitimación* es un medio de dominación de una élite, que impide que se instaure un sistema organizativo sociocultural, generador de menores desigualdades. Como vemos, la *legitimación*, y el *proceso legitimador*, sobretodo, supone uno de los temas debatidos que, a lo largo de la historia, ha ido cobrando gran interés para las Ciencias Sociales. Para disciplinas como la Sociología o las Ciencias Políticas, resultan incluso aspectos cruciales para su desarrollo.

En su libro, *Procesos de legitimación: desarrollos recientes y nuevas direcciones* (2001), Zelditch puntualiza que fue, la estabilidad política, lo que las teorías clásicas sobre la legitimidad social, trataron de explicar en primera instancia.

No obstante, la legitimidad no se redujo al campo político, sino que fue empleada para explicar diferentes fenómenos socioculturales, como las condiciones bajo las cuales los diferentes actores o agentes, aceptan la recompensa como justas, o como una obligación moral, a la que se deben, para obedecer a un sistema organizativo de un poder determinado.

Además de estas posiciones, el uso del concepto de *legitimación*, ha sido relacionado con el poder político-social, en la medida en que los que lo ostentan buscan un consenso, que guarde la subordinación de las personas e instituciones que se encuentren o no vinculadas a ese poder. Presuponiendo así, que los sujetos, asumen las directrices que constituyen un determinado orden social o cultural, como patrones necesarios que deben ser impuestos y respetados.

Entendido de esta manera, el *proceso de legitimación*, se convierte en una herramienta indispensable para lograr la estabilidad de un determinado orden sociocultural. Por tanto, para nuestro estudio, trataremos de referirnos al *proceso legitimador*, como un proceso aprobado socialmente, de forma consensuada, en pos de mantener un orden social y disposición preestablecida.

Concebimos así, que se trata de una legitimidad aceptada por una comunidad, en relación a una instancia o sujeto que se instituye como competente, capacitado por el reconocimiento de autoridad social, aunque sin olvidar, las fuertes connotaciones ideológicas que le son intrínsecas.

En resumen, mientras que los conceptos de *reputación* y *reconocimiento* del artista, provienen de la propia identidad del mismo, construida en torno a principios de individualidad y personalización de su estilo o forma, el *proceso de legitimación* del creador, está intrínsecamente ligado a un mecanismo legitimador múltiple, que el resto de agentes del arte construyen intencionalmente, sobre la singularidad intransferible de sus capacidades artísticas. Y, en última instancia, el *proceso de legitimación* no es, sino la mera concesión del principio de legitimidad, entendiendo siempre el principio de *legitimidad*, como el prestigio y crédito que se le reconoce a un agente, por su calidad y competencia en una materia dada.

3.6.2 Nociones de “*Arte Moderno*”, “*Postmoderno*” y “*Arte Contemporáneo*”

En el presente estudio, he optado por tratar de eludir por todos los medios la polémica que desde décadas se cierne sobre las ya algo manidas definiciones de *modernidad*, *postmodernidad* y *arte contemporáneo*. A pesar de ello, para poder delimitar los parámetros de la presente investigación de forma funcional, será preciso arriesgar, y tratar de definir, simplificando, este arduo debate que se centra sobre todo en la concepción formal y temporal de la *postmodernidad*.

Así, a nivel temporal, establecemos en el primer estadio al *arte moderno*. Entendiendo dentro del mismo, aquellas obras realizadas inicialmente en el intervalo de la corriente del Romanticismo, a finales del siglo XVIII, pero afianzado con mucho más aplomo, un siglo más tarde, con las obras de los primeros Impresionistas, en los últimos años del siglo XIX.

Ambos movimientos se ensalzan, bajo los principios fundamentales de ruptura con la tradición clasicista, basada en un conjunto de reglas estereotipadas, enfrentándose a las instituciones hegemónicas del momento y confiriendo prioridad a la subjetividad de los sentimientos, percepción y emociones del artista creador. A pesar de sus grandes divergencias, ambos movimientos culturales, se basan en los conceptos de individualidad y exaltación del yo, singularidad estilística y ruptura e innovación formal. Se trata de aquellos movimientos que, por primera vez, establecen una ruptura revolucionaria frente a las normas académicas establecidas socialmente.

De este modo emplearemos el término de *arte postmoderno* en el estudio, para referirnos a algunas obras, realizadas durante de los años sesenta y setenta, enmarcadas en una multiplicidad de movimientos y tendencias artísticas. Teniendo en común, que representan la entrada en la escena del arte, de lógicas externas al propio campo del arte, tanto en sus contenidos, como en su imaginario y naturaleza. Caracterizado por su oposición frontal a los valores propios de la modernidad, durante el *postmodernismo*, los artistas dejan de plantear la novedad y la singularidad como los principales motores creadores.

El *postmodernismo* se trata de un arte, que trata de suplantar el mito instaurado del artista, como una figura de un gran genio sublime. Al igual que sucedió previamente en el arte *Pop*, se continuaron diluyendo las fronteras históricas entre una gran cultura de élite y una baja cultura de masas.

La imagería generada por la publicidad y los *mass media*, será reinterpretada por los artistas del *postmodernismo*, aunando temáticas y estilos junto a representaciones pictóricas clásicas de la tradición occidental. El arte llegará a ser considerado como una mercancía comercial más, propia del mismo capitalismo liberal triunfante. Al renunciar a identificarse principalmente con el rechazo de las convenciones establecidas, se oponen también de este modo, a los valores propios de la modernidad, pues el arte postmoderno deja de considerarse como una vanguardia artística, para centrarse en la experimentación en sí, buscando las fronteras estéticas y formales de la propia noción del arte.

Atendiendo a las conjeturas de la historiadora y socióloga del arte, Raymonde Moulin⁵, para intentar clasificar en una línea temporal determinada el *arte contemporáneo*, consideraremos que el importante giro en el arte se plantea en torno a los años ochenta del siglo XX, cuando se produce la gran internacionalización del mercado del arte, el desmesurado aumento de galerías, marchantes, coleccionistas y el incremento del apoyo a la creación y producción del arte contemporáneo por parte de la política cultural institucional.

⁵ Raymonde Moulin. Historiadora del arte francesa, especializada en sociología del arte. Fundadora del Centro de Sociología de las Artes, posteriormente el Centro de Sociología del Trabajo y las Artes. Directora de investigaciones emérita del Centro Nacional de Investigación Científica hasta 2002, y miembro del Comité de Historia del Ministerio de Cultura desde 1994. En su obra principal, *El mercado de la producción artística en Francia* (1967) analizó los factores incidentes en un campo específico como el mercado del arte, asentando las bases de gran número de obras que incidieran posteriormente en el tema.

Es considerada como la papisa de la sociología de las artes, y más específicamente, del mercado intrínseco del arte. Raymonde Moulin fundó en primer lugar en 1983 el Centro de Sociología de las Artes, convertido posteriormente a finales de 1984 en el Centro de Sociología del Trabajo y de las Artes, el cual dirigirá hasta el año de 1992. Al mismo tiempo, asumió la función de Directora de estudios asociada a la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, de 1985 a 1992

Este soporte a gran escala, por parte de las políticas públicas, permitió el desarrollo de un arte no destinado, exclusivamente, al mercado privado de los coleccionistas, sino que por el contrario, fue enfocado desde el momento mismo de su creación, al consumo por parte de los grandes museos institucionales.

De esta manera, como describe la socióloga Nathalie Heinich⁶ en su estudio de 2011 sobre el arte actual, *El triple juego del arte contemporáneo*⁷, no se produce ya un *no-arte* propio de las vanguardias, sino una verdadera adoración del mismo arte, pues se alcanza la asunción, de que todo es susceptible de incluirse dentro de sus límites. En este sentido, entendemos como *arte contemporáneo*, aquel que surge con la ruptura de lo que es considerado dentro de lo propiamente artístico, aquel que fundamenta sus propuestas, en torno a la ampliación de las fronteras del sistema del arte, sean los límites del concepto mismo de arte, del espacio físico de los museos o de categorías ajenas al propio arte. Para tratar de simplificar la cuestión y asumiendo la polémica controversia de cualquier delimitación cronológica, de conceptos principalmente estéticos y filosóficos, intentaremos esbozar una terminología nominativa temporal, para el estudio que nos atañe. Utilizando el término de *arte moderno*, para aquel, que sea realizado dentro del intervalo temporal desde finales del siglo XVIII, con el Romanticismo, y especialmente a finales del siglo XIX con los primeros Impresionistas, los cuales plantean la oposición, a través de la novedad y la singularidad, de las tradiciones

⁶ Nathalie Heinich, socióloga francesa, nacida en Marsella, especialista en el arte, especialmente el arte contemporáneo. Doctorada por la EHESS, Heinich es actualmente directora de investigación en el CNRS, en el centro de la investigación de las artes e idioma (SARC) de la Escuela de Estudios avanzados en Ciencias Sociales. Su principal eje de investigación se centra en la sociología del arte, sobre todo la historia de la condición de artista (arte, literatura y cine) y el arte contemporáneo. También ha desarrollado trabajos sobre las crisis de identidad, especialmente la identidad femenina. Una tercera línea de investigación se centra en la historia y la epistemología de las ciencias sociales. Por último, sus últimas publicaciones se están moviendo hacia una sociología de los valores.

⁷ *Le triple jeu de l'art contemporain* (El triple juego del arte contemporáneo) texto de Natalie Heinich para la "Revista de Occidente" (nº 364 / Septiembre 2011) Heinich en su libro desarrolla una teoría que pretende ayudar a entender la escena del arte contemporáneo, pues plantea la posibilidad de considerar el arte contemporáneo como un género o una categoría, y no como un intervalo o periodo artístico determinado. Será partir de ahí que Heinich desarrolla que el arte contemporáneo puede ser considerado, en realidad, como tres géneros o categorías de arte diversos, los cuales corresponderían con los enunciados: *arte clásico*, *moderno* y *contemporáneo*, cada una de estas se desarrollaran paralelamente, y las tres convivirán en sintonía, sin solaparse la una a las otras.

academicistas como pilar fundamental del movimiento. Usaremos el término de arte postmoderno, cuando consideramos que existe algún cambio en su naturaleza, marcado por su descrédito sobre las argumentaciones propias de la modernidad, situándolo en el espacio temporal a partir de los años setenta y ochenta. Finalmente, me referiré al mismo como *arte contemporáneo*, cuando la obra se centre, principalmente, en la búsqueda de la frontera del propio sistema del arte, ubicándolo en el tiempo, en torno a los años ochenta con el profundo giro en la totalidad del sistema del arte, desde su concepción y producción, hasta su difusión e interpretación social.

Capítulo I: Aproximaciones a la terminología instrumental y conceptos fundamentales

1. La contemporaneidad en el arte y la nueva tipología de obras

El concepto mismo de *contemporaneidad* es un término cambiante y de difícil aprehensión, pues dependiendo del círculo investigador y de las fuentes de información que se manejen sobre el arte, se obtienen unos postulados bien diferenciados de otros. Entre distintos expertos en crítica artística, es probable encontrarse con posiciones, sino contrarias, radicalmente diversas ante la lectura temporal de unas mismas obras. Tal y como apunta Nathalie Heinich en su mencionada publicación, *El triple juego del arte contemporáneo* (2011), el debate en torno al nacimiento de la contemporaneidad en el arte, tiene muchas interpretaciones, intrínsecamente referidas a los planteamientos ideológicos diferentes, de aquellos que se aventuran a definirla.

Andrea Giunta⁸, en su texto curatorial; *¿Cuándo empieza el arte contemporáneo?* (2014), para la exposición *Intervenciones desde América Latina*, de la Feria de ArteBA 2014, expone que será el significativo año 1945, el que podría representar la fecha clave del posible comienzo de la contemporaneidad en el arte. Del mismo modo, para la misma autora, desde una perspectiva más formal que temporal, podría situarse este comienzo, en la segunda mitad de los años cincuenta con la explosión del *Informalismo*, o en el *Experimentalismo* de los sesenta, momento en el que se opera, según ella, un cambio radical en las formas de hacer y entender el arte.

Bajo su visión, será entonces, cuando la vida ingresa en el mundo del arte con pocas mediaciones, cuando cambia el concepto de espectador en el arte y cuando empiezan a ser significativos, términos como el de participación.

⁸ Doctora en Historia del Arte, Universidad de Buenos Aires. Escritora, curadora e investigadora, publicó numerosos libros sobre arte contemporáneo, entre los que se destacan *Vanguardia, internacionalismo y política. Arte argentino en los años sesenta* (Paidós, 2001, reeditado por Siglo XXI en 2008 y traducido al inglés por Duke University Press en 2007), *Poscrisis. Arte argentino después del 2001* (Siglo XXI, 2008), y *Objetos mutantes. Acerca del arte contemporáneo* (Palinodia, Santiago de Chile, 2010). Fue fundadora y primera directora del Centro de Documentación, Investigación y Publicaciones (CeDIP) del Centro Cultural Recoleta.

Por el contrario, el historiador Alexander Alberro⁹ en, *Art after Conceptual art* (MIT Press, 2006), señala sin atisbo de duda, que es el año 1989, el que pueda marcar un nuevo período histórico reconocible. El cual también se visualizará de forma evidente en el campo del arte, y cuyo punto de gestación ubica entre los años cincuenta y setenta. Así 1989, no solo supone una fecha posible, tras la caída de la Unión Soviética y el anuncio de la era de la globalización imperante, sino también supone, el momento cuando tiene lugar una plena integración de la tecnología a gran escala.

Si bien considera que lo contemporáneo, podría ser hoy, una formación hegemónica, no propone que pueda establecerse una fecha tan precisa para señalar su emergencia. En tal sentido, señala que “el período del arte que hoy llamamos contemporáneo ha llegado paulatinamente durante cierto tiempo. Pues para Alberro, los años posteriores a 1989, supusieron el desmantelamiento de la Unión Soviética causando el nacimiento de un periodo que llamaremos tanto en historia general, como en historia del arte, “la contemporaneidad”, marcado por la globalización, las economías neoliberales y un completo desarrollo de la cultura digital.

Tres, serán las características fundamentales que el proceso globalizador repercutirá en el arte, según Alberro. En primer lugar, la globalización asumirá múltiples y muy variadas formas dentro del contexto específico del mundo del arte. En segundo lugar, lo contemporáneo testifica la aparición de unos imaginarios tecnológicos, que se derivan de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, concentrados en internet. En tercer lugar, el contexto de reconfiguración del arte contemporáneo provocará, según Alberro, una profunda revisión de las vanguardias y finalmente, este nuevo periodo será testigo de un resurgir sorprendente de una filosofía estética que busca encontrar la naturaleza específica del arte (Alberro, 2006).

⁹ Alexander Alberro, norteamericano, crítico de arte y profesor de historia del arte. Profesor de Historia del Arte en el Barnard College. Autor de *Arte conceptual y la Política de Publicidad* (2000), y coeditor (con Blake Stimson) del *Arte conceptual: Una Antología Crítica* (2000), ambos publicados por el MIT Press.

Otro criterio, utilizado para considerar las producciones artísticas como manifestaciones contemporáneas, es aquel que toma como punto de partida el inicio de la *Postmodernidad*¹⁰. Etapa muy discutida, incluida hasta su propia existencia, habitualmente suele estar ubicada entre fines de la década de los 60 e inicios de los años 70. Este arte contemporáneo, se reflejaría en la segunda sacudida vanguardista del siglo, conformada por movimientos como el arte pop, el nuevo realismo francés, el arte povera, el arte conceptual, el minimalismo y el expresionismo abstracto, así como con el hiperrealismo, la neofiguración, las instalaciones o la deconstrucción. En esta misma línea, la casa de subastas Christie's propone una división del arte contemporáneo que difiere, por la así dicha, concepción tradicional de la historia del arte.

	Siglo XIX	Arte Moderno	Arte Contemporáneo
División tradicional	No incluye a los impresionistas	De los impresionistas a la Segunda Guerra Mundial	A partir de la Segunda Guerra Mundial.
División de Christie's	Incluye a los impresionistas	De las vanguardias históricas hasta 1965.	Desde 1965 hasta nuestros días.

Fuente: *Invertir en Arte* (Vettese, 2002)

¹⁰ El término posmodernidad o postmodernidad fue utilizado para designar generalmente a un amplio número de movimientos artísticos, culturales, literarios y filosóficos del siglo XX, que se extienden hasta hoy, definidos en diverso grado y manera por su oposición o superación de las tendencias de la Edad Moderna. En sociología en cambio, los términos posmoderno y posmodernización se refieren al proceso cultural observado en muchos países en las últimas dos décadas, identificado a principios de los años setenta. Esta otra acepción de la palabra se explica bajo el término posmaterialismo.

Las diferentes corrientes del movimiento posmoderno aparecieron durante la segunda mitad del siglo XX. Aunque se aplica a corrientes muy diversas, todas ellas comparten la idea de que el proyecto modernista fracasó en su intento de renovación radical de las formas tradicionales del arte y la cultura, el pensamiento y la vida social. Uno de los mayores problemas a la hora de tratar este tema resulta justamente en llegar a un concepto o definición precisa de lo que es la posmodernidad. La dificultad en esta tarea resulta de diversos factores, como la actualidad -y por tanto la escasez e imprecisión de los datos a analizar- y la falta de un marco teórico válido para poder hacerlo extensivo a todos los hechos que se van dando a lo largo de este complejo proceso que se llama posmodernismo. Pero el principal obstáculo proviene justamente del mismo proceso que se quiere definir, porque es eso precisamente lo que falta en esta era: un sistema, una totalidad, un orden, una unidad, en definitiva, coherencia.

Principalmente, su diferencia radica en concebir el comienzo del arte contemporáneo tras el año 1965, mientras que, desde la perspectiva tradicional, según la historiadora Angela Vettese¹¹, desarrollada en su interesante publicación: *Invertir en arte* (2002), el comienzo vendría siendo marcado por “el fin de la segunda guerra mundial” en el año de 1945 (Vettese, 2002: 147). Como vemos lo contemporáneo en el arte, puede entenderse de múltiples y muy diversas formas. Para algunos, el arte contemporáneo es aquel surgido en la historia inmediata de las últimas décadas, contando desde un presente inmediato. Con lo ambiguo que es un término basado en una franja temporal en constante desarrollo.

Para otros como hemos visto, se entiende como inicio del arte contemporáneo el desarrollado a partir de la Segunda Guerra Mundial. Aunque una visión más amplia de la noción, extiende el arte contemporáneo a lo largo de todo el siglo XX e, incluso, hay quienes creen que debe ser considerado arte contemporáneo aquel que surge tras la Edad Contemporánea, que se inicia en historia general a fines del siglo XVIII. Poniendo de manifiesto que las múltiples variantes temporales que pueden aparecer en torno a la fecha inicial dependen de la visión analítica de quien utilice el concepto temporal.

Como ya se ha enmarcado en la introducción del presente estudio y siguiendo unos parámetros, semejantes a los descritos por Peist en su estudio, consideraremos el nacimiento de la contemporaneidad artística relacionada con un tipo de estructura organizativa, en la que se cuestiona qué es el arte en sí mismo, se ponen en duda sus principios básicos y se rompe con las fronteras de lo específicamente plástico.

¹¹ Angela Vettese, Es una historiadora del arte e historiadora de la filosofía italiana, profesora y comisaria artística. En 1991 obtuvo una especialización en Historia del Arte en la Universidad Católica del Sagrado Corazón. Es presidenta honorario del Centro de Documentación Docva la fábrica de vapor de Milán. Escritora de textos para catálogos de numerosas exposiciones en foros internacionales.

Ha sido profesora de Historia del Arte en la Academia de Bellas Artes de Milán y Venecia (1991-1997) y la Academia Carrara de Bérgamo (1994-2000), y fue profesora en la Escuela Politécnica de la Universidad de Valencia, en el área de la maestría de Ingeniería Cultural, siendo su centro de estudio la valorización de las obras de arte contemporáneo. 2007 y 2011-2013 fue profesora de historia del arte en la CLEACC (Licenciatura en Economía de Arte, Cultura y Comunicación) de la Universidad Bocconi de Milán, con quien colaboró de nuevo con regularidad. Dirige desde 2001 el curso magistral de las artes visuales en la Universidad IUAV de Venecia, Facultad de Diseño y Arte, de la que es profesora asociada de Teoría y Crítica del Arte Contemporáneo.

Este nuevo espacio, se adentrará en un terreno de preocupaciones, que en principio eran ajenas al restringido concepto del mundo del arte moderno anterior (Peist, 2012: 221). Serán aquellas obras que se centren principalmente en la búsqueda de la frontera del arte, a las que nos referiremos como obras propias del periodo de arte contemporáneo, ubicándolas en un arco temporal específico, que abarcaría desde los años ochenta hasta la actualidad, en la segunda década del siglo XXI. Periodo marcado por una profunda transformación en la totalidad del mismo sistema del arte, desde su producción incentivada por políticas públicas estatales, hasta su promoción y distribución en el mercado internacional a una escala global.

Una vez acontecida esta ruptura con la modernidad, el mundo del arte occidental comenzó a reorientar sus reflexiones hacia los fundamentos básicos que sustentan el arte mismo. Tanto por la expansión de las obras de grandes formatos, como por la naturaleza de las tipologías de las obras realizadas, la producción artística empezó a experimentar una transformación tal, que ya no podía ser absorbida exclusivamente por la compra de coleccionistas privados.

Por el contrario, serán los recientes museos públicos dedicados al arte actual, los que asumirán el papel principal de compradores de obras de reciente creación. Raymonde Moulin explica en *El artista la institución y el mercado* (Moulin, 1992) cómo a partir de la contemporaneidad en el arte, existen obras realizadas para las galerías y obras efectuadas para la entrada directa en los museos.

Así los museos europeos jugaron un rol decisivo como mecenas, interviniendo como patrocinadores de obras o de servicios artísticos, sosteniendo la producción artística desde sus inicios y suscitando nuevas investigaciones creativas. Es decir, que en este caso, como apunta Peist, no será el nuevo tipo de obras de arte el que cree un nuevo tipo de demanda, sino que será el sistema en su conjunto, el que experimenta una transformación estructural tal, que posibilita la existencia de un nuevo tipo de consumo y de una nueva tipología de obra muy diversa a la anterior (Peist, 2012: 221).

Sin embargo, según esta, el gran cambio significativo de la contemporaneidad, estará marcado por la irrupción del mercado internacional, en donde todos los agentes responsables de la promoción y de la legitimación del arte, ya se trate de galerías, organizadores de ferias, directores de museos, comisarios, críticos o especialistas, actúan al unísono, interactuando consecutivamente, sobre los objetos artísticos a un mismo tiempo, colaborando o compitiendo en sus disputas por encumbrar a unos, o apartar a otros (Peist, 2012: 253).

2. Terminología instrumental: *popularidad, reputación, fama, reconocimiento, legitimidad, consagración, celebridad y éxito.*

Como ya adelantamos en la introducción del estudio, los términos conceptuales que gravitan en torno al concepto de legitimación del artista, pueden ser indeterminados o imprecisos. Es por ello, que entendemos la pertinencia de definición y marco de cada uno de ellos, cuales serán empleados en el estudio y cuales no y los motivos por lo que serán tomadas esas decisiones discriminatorias.

Existen una multiplicidad de autores, que han abordado estos diversos matices desde muy distintas modalidades de pensamiento, desde la filosofía y la semiótica, a la historia del arte o la sociología. Autores como Bourdieu, Croce, Benjamin o Adorno, se han pronunciado desde muy diferentes ópticas en sus análisis sobre la sociología del arte, y de un modo igualmente plural, se han referido a sus heterogéneos matices.

Así pues términos como *consagración, reconocimiento, reputación y legitimación*, son categorías que entendemos se encuentran estrechamente vinculadas a un juicio externo, el cual, puede ser catalogado como crítico y experto, sobre los contenidos implícitos de la obra y la propuesta del artista. Mientras que, los términos conceptuales de *fama, celebridad y éxito*, en cambio, son conceptos mucho más marcados por el carácter genérico y abstracto, fruto de una intensa exposición mediática y la aceptación pública. Pero casi todos ellos, pueden resultar ambiguos, imprecisos o equívocos, debido principalmente a la polisemia de sus connotaciones. Ocurre de un modo semejante, con los estudios desarrollados sobre los procesos de *proyección y reconocimiento*, pues no son escasos los autores pertenecientes al ámbito de la sociología de la comunicación, o del análisis de la cultura de masas, que han ahondado sobre estos, desde Edgar Morin, a Adorno y Horkheimer, o más recientemente, Manuel Castells y Henry Jenkins, con igualdad de arbitrariedad en la distinción y nominación de los distintos términos empleados, a la hora de señalar el reconocimiento, distinción o legitimación social, obtenida tras la culminación del artista.

Entendemos así, *popularidad*, como la aceptación que posee una persona o una cosa entre la mayoría de la gente. La popularidad, se basa en una notoriedad social, que acompaña a los sujetos conocidos principalmente a través de los medios de comunicación de masas. Mientras que por otro lado, *consagración*, esta intrínsecamente asociado a la dedicación, esfuerzo, trabajo, y entusiasmo para conseguir un fin. Prestigio que alcanza el sujeto, tras la realización de una determinada actividad de demostrada validez generalizada. Sin querer detenernos a precisar demasiado, consideramos poco apropiados para el estudio los términos de *fama*, *celebridad* y *popularidad*, pues son provenientes principalmente de la divulgación a gran escala entre públicos masivos gracias a la acción de los medios de comunicación. Muchos de los artistas que han sabido mantenerse a lo largo de sus carreras profesionales con un alto nivel de popularidad lo han hecho con la ayuda de artículos, entrevistas y todos los otros sistemas que algunos medios de comunicación ponen eventualmente a su disposición.

Reconocimiento, a su vez, será entendido como la acción de distinguir a una cosa, una persona o una institución entre las demás como consecuencia de sus características y rasgos. Legitimidad, hace referencia a la cualidad o condición de legítimo. Lo *legítimo*, será entendido, como aquello que se encuentra en conformidad con las leyes y normas sociales de un determinado sistema. Por lo que nos resulta pertinente su empleo, para expresar y aplicar sobre aquellas obras, propuestas y artistas que cumplan con los requisitos consensuados del sistema del arte para ser consideradas válidas y relevantes. Preferimos en este estudio emplear el término conceptual de *legitimación*, descrita y entendida tácitamente como la acción y efecto de convertir algo en legal, lícito o justo, de acuerdo con la razón, frente a *reconocimiento* que como hemos visto, viene definido como la acción de distinguir a una cosa o persona entre las demás como consecuencia de sus características. Al igual que *consolidación* que viene descrito como la adquisición de firmeza, solidez y estabilidad o *consagración*, que viene marcado por el logro del prestigio que alcanza una persona, resultando términos imprecisos o poco adecuados para definir dicho proceso.

Suponiendo la aprobación de la autoridad, capacidad o derecho que posee una persona o institución para el ejercicio de un rol, poder o función dentro de un sistema social determinado, en este caso, el sistema reglado del arte.

En este sentido, legitimidad es un término asociado a las Ciencias Políticas, al Derecho y a la Filosofía, que designa aquello, que está en concordancia con lo que expresa el ordenamiento jurídico o cualquier otro código reglado de normas y principios. Para ello, la norma emitida debe contar con los atributos de validez, justicia y eficacia, que implican que la regla sea promulgada por un agente competente, sea justa, razonable y equitativa y que los implicados en ese sistema la acaten y la cumplan. Cuando alguien está dotado de legitimidad, tiene la capacidad de realizar una función dentro del sistema social, pues la legitimidad, como tal, implica el reconocimiento, por parte de los otros agentes, de que ese sujeto está investido de autoridad para ejercer su posición, rol o función.

Así podríamos sintetizar finalmente, el término conceptual de *legitimación*, como la aprobación externa, por parte de una instancia o agentes autorizados que ocupan y ejercen el poder en dichas posiciones referenciales, que justifican política, cultural y/o legalmente las acciones y juicios, de los actores involucrados en un determinado sector.

3. Oscilaciones en el criterio de legitimación del artista

Hasta el presente año del 2016, la obra de arte más cara jamás vendida, es el cuadro '*Los jugadores de cartas*', de Paul Cézanne, adquirido por la Casa Real de Catar a principios de 2012 por la cantidad de unos 257 millones de dólares, aunque todavía, a día de hoy, no podemos conocer la una cantidad oficial exacta, ya que se trató de una venta privada entre partes. A continuación, se sitúa el '*El sueño*', de Pablo Picasso. Este óleo sobre lienzo, pintado por el artista malagueño, fue vendido por 162 millones de dólares al magnate Steven Cohen, un experto en especulación financiera. Cohen, también es el poseedor de '*Woman III*', de Willem Kooning, que adquirió por 137 millones de dólares. Siendo la cuarta obra de arte más cara de la historia, por detrás de '*Número 5*', del pintor estadounidense Jackson Pollock, vendido por 140 millones de dólares.

Según el informe sobre el mercado del arte contemporáneo internacional publicado por *Artprice*¹², el mercado secundario del arte, ha adquirido una pujanza espectacular en los últimos años. Concretamente, en el periodo 2013-2014, se ha superado el umbral de las obras vendidas en subasta por más de 10 millones de euros en 13 ocasiones, frente a las cuatro del anterior 2012-2013. La aceleración de los precios resulta más impresionante aún, si se considera, que la mitad de las obras contemporáneas vendidas por más de 10 millones de euros, corresponde a esta campaña 2013-2014, pues solamente 26 obras contemporáneas, han superado este umbral en toda la historia de las subastas. Hace diez años, este nivel de precios para una obra contemporánea era apenas concebible. Los distintos actores del mercado se congratulaban entonces de ver cómo Jeff Koons se acercaba al récord de los 2 millones de euros. Hoy este mismo artista juguetea con los 40 millones. Sólo las firmas de Basquiat, Koons y Wool representan hoy el 22% del mercado mundial del arte contemporáneo.

¹² Todos los años, *Artprice.com* edita un balance del mercado del arte contemporáneo internacional desde la perspectiva de las ventas realizadas en subastas. Esta octava edición se basa en el análisis de las ventas registradas entre julio de 2013 y principios de 2014 para los artistas clasificados como "contemporáneos" según su año de nacimiento, es decir, los nacidos a partir de 1945. El presente estudio ofrece un análisis de las adjudicaciones registradas en todo el mundo sin incluir comisiones de compradores, impuestos de ningún tipo, ni tampoco las transacciones directas realizadas por las casas de subastas. Las cifras que se ofrecen tampoco incluyen los gastos de venta.

Todos ellos, vienen alcanzando adjudicaciones superiores a los 10 millones de euros, un umbral traspasado por primera vez por Damien Hirst, en junio de 2007 con *Lullaby Spring*¹³, vendida por 12,7 millones de euros, el doble de su estimación. Junto a los tres líderes norteamericanos actuales, que acumulan 10 de las 13 adjudicaciones de más de 10 millones de euros, registradas en el periodo 2013-2014, otros tres artistas se han asomado por primera vez, a las altas esferas del mercado contemporáneo de ocho dígitos: el chino Zeng Fanzhi, el alemán Martin Kippenberger y el británico Peter Doig.

La clasificación de los tres artistas contemporáneos, con mayor volumen anual de ventas en subasta, es hasta 2014, según *Artprice*, Jean-Michel Basquiat, Jeff Koons y Christopher Wool. Mientras el volumen anual de ventas de Basquiat, se mantiene por encima de los 162 millones de euros, los registros de Koons y de Wool, han mostrado un incremento que desafía todos los pronósticos: el primero, ha alcanzado un resultado total de 115 millones de euros, lo que supone un incremento del 186% con respecto al período anterior de 2012-2013, y el segundo 61 millones de euros, un incremento del 142%. Hace 10 años, los ingresos anuales acumulados de los tres mejores artistas en subastas, eran de 35,8 millones de euros. Hoy, acumulan 339 millones de euros, con un número de lotes vendidos en un ascenso del 13%. Lo que supone, según *Artprice*, una multiplicación del total de ventas en subastas de arte contemporáneo, por una cifra de unos 100 millones de euros, en un lapso de tiempo de tan solo diez años.

A pesar de todo este baile de cifras astronómicas para las obras de arte más caras de la historia y las ventas totales realizadas en subastas de arte contemporáneo, la dificultad de valorar las obras y los artistas, es un asunto mucho más complejo, de lo que a primera vista pueda parecer. Enfrentarnos a este supone asumir que nuestro sistema de valores actuales, ya sean estéticos, de estilo o mercantiles son puramente provisionales.

¹³ *Lullaby Spring* de Damien Hirst (2002) fue adjudicada técnicamente en Sotheby's Londres, el 21 de junio de 2007 por 8,6 millones de libras, lo que suponen un total de 9,652 millones con gastos incluidos, o el equivalente a 12,7 millones de euros, con un total de 14,3 millones con gastos incluidos.

Como apunta Vicenç Furió¹⁴ en su estudio, *Arte y reputación: Estudios sobre el reconocimiento artístico* (2012), de lo que se trata de constatar, es que las valoraciones y las interpretaciones de las obras, son completamente variables en el tiempo, pero la clave es, que estas oscilaciones no responden a criterios arbitrarios o aleatorios (Furió, 2012: 9). Por tanto, la cuestión pertinente sería, si es posible mostrar de algún modo, bajo qué patrón funcionan estas oscilaciones de valores en la historia del arte y por qué y si es posible elaborar alguna teoría que explique el encumbramiento de algunos referentes artísticos y el declive de tantos otros (Furió, 2012: 12).

Para poder formular de forma adecuada una respuesta posible, primeramente, será necesario evaluar de qué manera está estructurado el sistema del arte, en cada momento de la historia que pretendamos analizar. Interrogándonos sobre las dinámicas que establecen el orden de la esfera del arte: ¿Cual es el contexto sociocultural de la sociedad del momento? ¿Qué posición ocupan los artistas en el mismo? ¿Qué otros actores influyentes rodearon su trayectoria profesional? ¿Cómo comenzaron a difundir sus primeras obras? ¿En qué instituciones museísticas entraron sus obras por primera vez? Etc. Es decir, deben reconstruirse los pasos dados por un determinado artista, así como el de los agentes de influencia en el entorno específico en el que los creadores comenzaron sus carreras, y por tanto, llegar así a sus primeros pasos en el proceso de la producción artística, su posterior difusión y su recepción a una mayor escala (Furió, 2012: 13). Según la visión de Vettese la esfera del arte, para poder perpetuarse, se encuentra en una búsqueda continua de jóvenes talentos para su incorporación al sistema de nuevos lenguajes.

¹⁴ Vicenç Furió, profesor de Teoría y Sociología del Arte del Departamento de Historia del Arte de la UB en su publicación; *Arte y reputación: Estudios sobre el reconocimiento artístico*. (Memoria Artium, 12, UB, UAB, UdL, UPC, URV y MNAC, Barcelona, 2012) considera que el reconocimiento artístico en la historia ha sido un problema poco estudiado desde el ámbito académico, pese a ocupar un lugar central en los debates y jerarquías del mundo cultural.

Con un enfoque sociológico y a partir de ejemplos que van de la escultura clásica al arte contemporáneo, Vicenç Furió arroja luz sobre los agentes y procesos a través de los cuales se construye la reputación del arte y los artistas. La estimación del prestigio y la calidad es un hecho históricamente variable y condicionado por los filtros personales y culturales de quienes emiten este tipo de juicios. Los cánones y los criterios cambian, aunque no de manera caprichosa. En su libro, *Arte y reputación* muestra que los valores artísticos son variables y relativos, pero también que responden a dinámicas que pueden explicarse.

Pero igualmente, solo estará dispuesto a acoger a aquellos que hayan obtenido ya, o que razonablemente puedan obtener, en un futuro cercano, un reconocimiento dentro del mercado del arte (Vettese, 2002: 79). Dicho esto, es preciso señalar, que contrariamente a lo que se pueda creer, estos aspirantes nunca son integrados gracias al impulso exclusivo por parte de uno o más galeristas. Debe existir un consenso de base compartido, de carácter más amplio y general, capaz de poner en marcha un apoyo social, que incluya a figuras clave del arte, como directores de museo, comisarios de exposiciones, críticos de arte y otros artistas legitimados. Derivándose de este razonamiento varias consecuencias. La primera se refiere al tipo de producción artística, que debe poseer características, no solo innovadoras, sino también pertenecientes al sistema de referencia, esto es, coherentes con los deseos del sistema o del subsistema que establece el juicio. La segunda consecuencia alude, a la capacidad de participar activamente en la vida social de la comunidad y, por tanto, de hacerse “visible” dentro de la misma (Vettese, 2002: 79).

Como hemos introducido anteriormente, Allan Bowness, definió estas fases en las que el joven aspirante recorre distintos grados de reconocimiento y legitimación por parte del sistema del arte, como *ciclos o círculos de reconocimiento*. Así, destacó la relevancia de cuatro estadios principales: *el reconocimiento por parte de los compañeros, el de la crítica, el del mercado y el del gran público*. Según su parecer, estas etapas, conducen a un artista, casi inevitablemente, al reconocimiento general, si es que este vive lo suficiente para poder recorrerlos todos.

Trataremos de buscar una respuesta concreta a la citada cuestión sobre la posibilidad de establecer un patrón sintetizado que desgrane el funcionamiento de la legitimidad otorgada a ciertos artistas. Para poder hacernos con una teoría referencial que explique el oscilante criterio sobre el éxito en el arte, nos parece muy oportuno como punto de partida, referirnos al planteamiento teórico de Alan Bowness y su propuesta simple de representación del mundo del arte.

4. La teoría de los 4 círculos de Reconocimiento de Allan Bowness

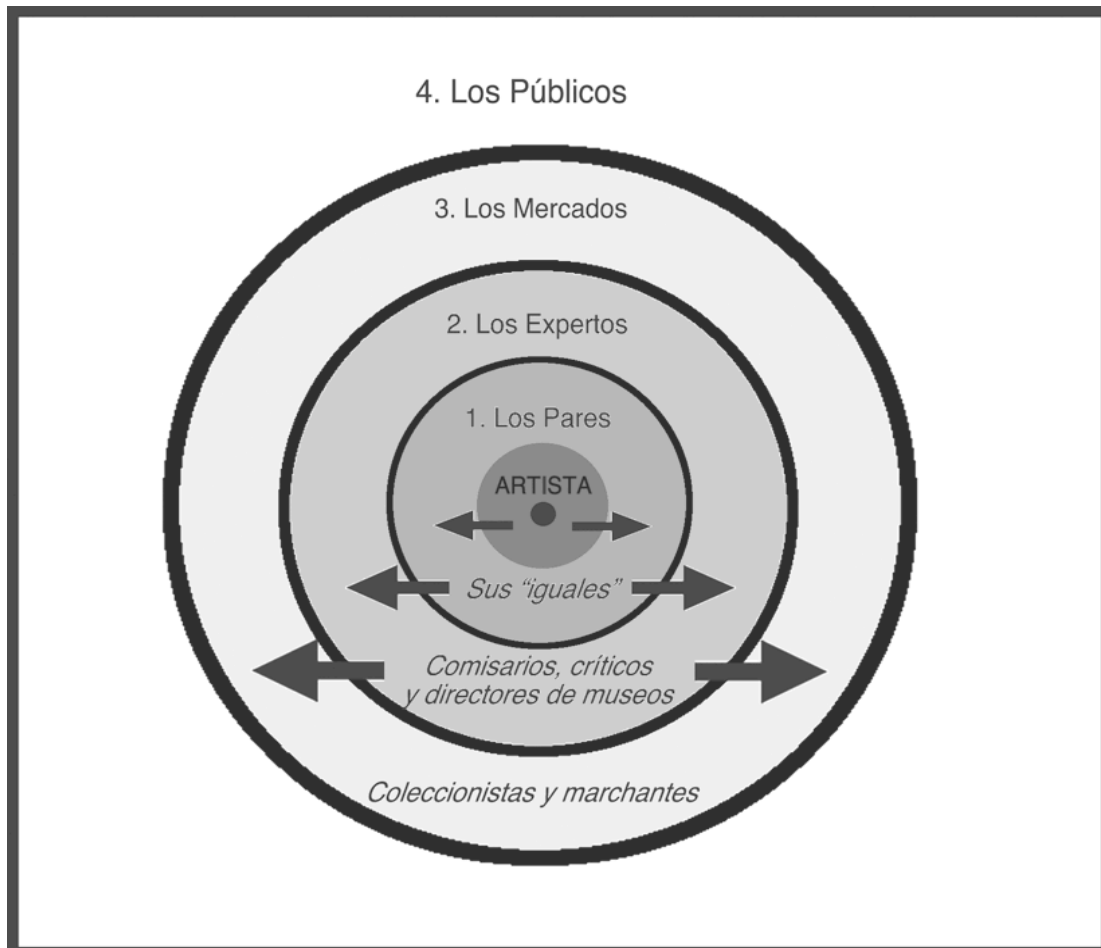
Será en 1990 cuando se publique en Thames & Hudson de Nueva York; *The condition of success: how the modern artist rises to fame* (*Las condiciones del éxito: cómo el artista moderno alcanza la fama*) basado en una conferencia impartida por Alan Bowness¹⁵ en Marzo de 1989 en la Universidad de Londres. Alan Bowness, director de la *Henry Moore Foundation* y antiguo director de la *Tate Gallery*, publicará este libro con el objetivo principal, entre otros, de rebatir la suposición popularizada, de que existe una cierta arbitrariedad en el éxito o fracaso de las carreras profesionales de los artistas.

En él, se trata de diseccionar esquemáticamente, las dinámicas internas que permiten la legitimación de ciertos artistas en la esfera del arte, tratando de desentrañar, cuales son las diversas estancias del recorrido, que debe realizar un artista, desde un modesto anonimato, hacia una carrera de reconocimiento social y en último término, a una legitimidad artística-profesional que certifique la valía de su obra.

Como apunta Peist en su libro: *El Éxito en el arte moderno* (2012), “la principal aportación de Bowness, es el intento arriesgado de proponer una estructura constante para la organización espacial y temporal del reconocimiento. Es decir, el descubrimiento de los talentos, no se da de una forma arbitraria, sino que se estructura en el tiempo, a través de la acción organizada de diversos agentes” (Peist, 2012: 10). En el esquema de Bowness, se configura lo que él denomina *los cuatro círculos de reconocimiento*, los cuales se organizan consecutivamente a través de la acción sucesiva de los denominados pares, crítica experta, mercado y finalmente, el gran público.

¹⁵ Allan Bowness es un historiador del arte británico y ex director y comisario de varios museos relevantes internacionalmente, pues entre otros, Bowness fue Director de la Tate Gallery del 1980 al 1988. Bowness también es responsable de la creación de la sección *Tate Liverpool*, logrará ambos proyectos a través de las donaciones de organizaciones de beneficencia. En momentos en que la subvención pública a la Tate había sido internacional, Bowness coordinó diversos grupos de aficionados para financiar la compra de nuevos trabajos, y estableció el famoso y polémico, Premio Turner para promover el trabajo de artistas británicos contemporáneos.

La carrera profesional de los artistas, conformaría así, una suerte de línea esquemática progresiva ascendente, en la cual, a medida que se avanza a través de ella, se iría acumulando grados cada vez mayores de legitimidad. El recorrido, vendría expresado en el traspaso consecutivo del centro del esquema circular, hacia el exterior de los cuatro círculos concéntricos, que rodean al mismo:



Elaboración propia. Fuente: (Bowness, 1990)

El primer círculo, por el que el artista novel debe extenderse para progresar, estará conformado por el círculo de los pares, se tratarían de los propios artistas compañeros de generación, escuela o corriente del mismo, los primeros en poder reconocer el talento especial que se manifiesta entre ellos. Para que así sea, los artistas que deseen avanzar, deberán desarrollar un gran esfuerzo para poder elevarse y despuntar, por encima de sus compañeros coetáneos. Aunque a primera vista, parece tratarse de una dinámica altamente competitiva entre ellos, además de una relación, como adversarios en la pugna por el lugar de legitimidad deseado, los pares entre sí, se relacionan también como agentes inspiradores, sustentadores

y generadores de un ambiente creativo compartido, muy propicio para la creación artística innovadora, propia de su tiempo generacional. Así para Bowness, el arte más sincero y original, es el resultado de la actividad de un grupo, pues según este, en esta temprana fase, el iniciado creador parece necesitar de este soporte comunitario (Peist, 2012: 11).

El siguiente, segundo círculo de reconocimiento, estará compuesto por los expertos y los críticos especializados en arte. Siendo su función principal la de crear un lenguaje propio que pueda expresar, dotando de significado, las creaciones artísticas de su tiempo. Siendo también un papel fundamental de este círculo, el de contribuir con sus juicios al debate crítico sobre las distintas propuestas. Según Bowness, los juicios en arte, no son absolutos o finales, sino que fluctúan y si se sostienen es por el consenso, o falta del mismo, de los distintos agentes del mundo del arte (Peist, 2012: 12). Una vez existe un relativo consenso crítico establecido, los cambios suelen ser menores y parciales. A pesar de que la legitimidad y las estimaciones de ciertos artistas es posible que suban y bajen, según fluctuaciones temporales, será siempre dentro de unos límites mucho más restrictivos.

A su vez, las herramientas y soportes, de los que se sirven los expertos y críticos especializados en arte para ejercer sus funciones legitimadoras, serán fundamentalmente, las publicaciones y los medios de comunicación.

Bowness, agrega igualmente dentro de este círculo, a los agentes organizadores de exposiciones, es decir, comisarios y directores de museos, que en el momento de valorar las propuestas del arte actual, desarrollan sus acciones legitimadoras junto a las figuras de los críticos y escritores de arte (Peist, 2012: 12). Así consideraremos, las funciones propias del círculo de los expertos del arte, aquellas acciones en conjunto, provenientes, tanto de comisarios de exposiciones y directores de museos, como, de escritores y crítica experta del arte. Hacia el final del esquema, nos encontraremos con el denominado tercer círculo de reconocimiento, identificado con el mercado de arte, el cual se organiza en torno a la acción de coleccionistas y marchantes.

Según el planteamiento del esquema de Bowness, una vez que el artista alcanza el reconocimiento de la crítica experta y superado el círculos de los pares, es posible que encuentre el interés y el sustento por parte de los circuitos de coleccionistas y marchantes.

El tercer círculo de reconocimiento es, aquel espacio del mundo del arte, que gira en torno a las acciones mercantiles, suscitadas por coleccionistas y marchantes sobre las obras creadas. Siempre según Bowness, esta tercera esfera, supone un estadio fundamental para el lanzamiento definitivo de la carrera y reconocimiento del artista. El cual destaca, la importancia de las relaciones personales, que se establecen entre coleccionistas y artistas, en las primeras fases de legitimación de los mismos, pues según este, a menudo, un artista con talento, suele atraer algún coleccionista importante en una etapa temprana de su carrera y estos coleccionistas, casi siempre, aparecen en escena, por su amistad directa con los propios artistas (Bowness, 1990: 39).

Finalmente, el último círculo al que hará referencia el autor, será el del gran público. Una vez instituido un consenso crítico e inaugurado un interés comercial por la obra del artista. en el mercado del arte, a través de la adquisición de coleccionistas y museos público y privados, el artista accede al reconocimiento último por parte del público y en consecuencia, a su definitiva consagración, gracias a su paso por los tres círculos previos.

4.1 La influencia del primer círculo de los pares.

En la teoría propuesta por Bowness, es descrito, como el primer entorno básico de visibilidad, en el que el artista es observado, aceptado y validado por sus iguales. Este entorno, propicio al fomento de la creatividad, puede a su vez dotar al artista de la seguridad suficiente, como para expresar, experimentar y luchar, por conseguir un estilo propio visible y reconocible. Es en este sentido, que la experimentación de los artistas en sus comienzos, encuentra en sus compañeros unos primeros adeptos sustentadores. En el transcurrir de este proceso, se le aporta al aspirante, la credibilidad básica necesaria para desarrollarse artísticamente en un ambiente favorable a sus innovaciones creativas. Por supuesto que desde ámbitos como la psicología, la sociología y la historia del arte, cuantiosos autores han abordado el fenómeno de surgimiento del artista en su contexto social. Así autores como Sternberg¹⁶ y Feldman¹⁷ lo estudiaron desde diferentes ángulos, tanto en relación al estudio de la creatividad en sí, como respecto a las influencias determinantes del contexto social en el que se inscribieron.

¹⁶ Sternberg es un psicólogo estadounidense nacido en diciembre de 1949. Profesor de la Universidad de Yale, ex presidente de la APA (*American Psychology Association*). Entre sus principales investigaciones se encuentran las relaciones a la inteligencia, la creatividad, el amor, el odio y la sabiduría. Se ha dedicado gran parte de su vida al estudio de la Inteligencia, se realizan una noción más amplia y que abarque más ámbitos de este concepto.

¹⁷ Edmund Burke Feldman fue profesor distinguido de la Fundación de estudiantes de la Universidad de Georgia. Se graduó en la Universidad Syracuse, UCLA y en la Universidad de Columbia, ha impartido clases en la Universidad Carnegie-Mellon, la Universidad Estatal de Nueva York, la Universidad Estatal de Ohio y la Universidad de California en Berkeley. El Dr. Feldman fue profesor asociado de la Facultad Nacional de Humanidades y es ex-presidente de la Asociación Nacional de Educación Artística.

Educador de arte, así como un historiador del arte. Ha escrito varios libros sobre arte, incluyendo *The Philosophy of Art Education*, (1995). El objetivo principal de este trabajo es informar y mostrar lo que el Doctor Feldman pensaba que era importante para los maestros de arte al correlacionar las prácticas de enseñar arte a cuestiones relativas a la Filosofía. El doctor Feldman quería reunir tanto temas de educación artística como de enseñanza del arte. Resaltó las principales cuestiones de la educación artística y proporcionó a los profesores de arte una forma de crear metas para enseñar el arte. Feldman reveló que el enfoque de la educación artística debe ser visto como una disciplina y como una filosofía. Sus creencias eran que los profesores de arte estaban condicionados por las fuerzas políticas y que el poder de la educación artística proviene del impacto psicológico de la imagen visual y el poder del maestro de arte proviene de su capacidad para retransmitir estas imágenes. Doctor Feldman enseña que el arte debe ser significado, así los estudiantes de arte deben conectarse con la información presentada, para a continuación ser capaces de utilizarlo como una herramienta de experiencia personal.

En una línea semejante, Peist apunta, que en la configuración histórica de muchos de los movimientos artísticos, denominados “ismos”, aquellos propios de las primeras vanguardias, existió la necesidad de alianzas y reconocimientos de unos planteamientos, que en sus inicios eran rechazados ampliamente por el ambiente artístico, ya fuera conservador o de vanguardia, y que necesitaban de una comunidad de iguales para subsistir (Peist, 2012: 101). El ámbito social al que pueden acceder los artistas al relacionarse con sus pares, es una de las razones fundamentales de existir de dichas alianzas. Las redes sociales de relaciones, son los primeros mecanismos que se activan para que el artista pueda ser visto, no solo por sus iguales, sino también por un conjunto de agentes que giran en torno a la búsqueda del descubrimiento de jóvenes talentos, no revelados aún. Supone así, una forma posible de acceder al mundo exterior a través del contacto directo con coleccionistas, marchantes, escritores o directores de museos conocidos y asiduos de estas redes sociales, en donde se encuentran más disueltas las estrictas fronteras entre lo personal y lo profesional. Observamos que la tendencia generalizada, respecto al reconocimiento del primer círculo, posee una carga funcional muy concreta. El sustento de los pares, supone el primer espacio, en donde los artistas son aceptados como tal, experimentan con una estética experimental, pero sobretodo, encuentran las alianzas que les permiten competir por un espacio profesional, dentro de la esfera artística de la momento.

No resulta anómalo, descubrir que muchos de los marchantes y galeristas establecidos, generalmente, prestan escasa atención a los artistas que envían directamente su relación de trabajos impresos. A partir de estos formatos de presentación, como envío de catálogos, email y llamadas de teléfono, una galería media, pueda llegar a ver obras de más de una docena de nuevos artistas cada semana, aunque en muchos casos sólo escojan a dos o tres artistas cada año (Thompson, 2009: 78). En lugar de esto, algunos de los marchantes y galeristas, salen a visitar las primeras exposiciones de los recién graduados en las escuelas de bellas artes, a buscar a los nuevos artistas sugeridos por otros, visitando sus estudios, siguiendo las recomendaciones de los artistas de la galería, de los coleccionistas o de compañeros que los han conocido personalmente.

Sin lugar a dudas, la importancia del primer grupo de pares, por el que el artista debe circular, supone un estadio fundamental en su carrera, hacia la legitimidad del aspirante. Para confirmar esta tendencia, Donald Thompson afirma, que no son pocos los marchantes que tienen en muy alta consideración los consejos de sus propios artistas. Ilustra el caso con la célebre marchante londinense, Victoria Miro, la cual, asegura seguir a menudo las recomendaciones de sus artistas, porque respeta en mucho sus opiniones, sobre otros artistas. (Thompson, 2009: 78). Por otro lado, la importancia de la inserción en este primer círculo de los pares, reside en el peso que potencialmente, un contexto colectivo, posee sobre el individual, es decir que existen muchas más posibilidades de ejercer cierta atracción sobre los críticos y sobre los galeristas como identidad grupal, que como individuo aislado. (Vettese, 2002: 81) Entre múltiples ejemplos históricos, que ilustran esta lógica, la propia historia de la experiencia de las vanguardias, nos muestra que la fuerza del grupo es un instrumento óptimo para transcender.

A lo largo del tiempo, las entidades artísticas grupales, han dado origen a múltiples manifiestos escritos y a poéticas colectivas compartidas entre sus miembros, pero a finales del siglo XX, este fenómeno, parece altamente atenuado, pues la práctica bien extendida de redactar manifiestos colectivos, se abandonó alrededor de los años sesenta y setenta (Vettese, 2002: 82). Aunque no necesariamente, el grupo debe compartir grandes aspiraciones, proyectos o ideas comunes. A veces, es suficiente, que el efecto de pertenencia a una comunidad esté presente, que exista una mínima identidad común y convicción en un trabajo conjunto y en ocasiones está constituido simplemente por compañeros de estudios, que comparten tan solo, un mismo año académico. En el Londres de los últimos años ochenta, muchos artistas de los YBA, con poco más de veinte años, empezaron a reunirse y a dar vida a exposiciones autogestionadas, aprovechando una crisis del mercado de la construcción que ponía a su disposición almacenes abandonados y otros lugares adecuados para acoger obras (Vettese, 2002: 83). Entre ellos existía poco más en común que la proveniencia de una misma escuela de artes de la capital londinense. Finalmente, la función del grupo cesa, cuando se alcanzan las primeras atenciones por parte de la crítica experta. Es decir cuando los artistas alcanzan el siguiente estadio de legitimación descrito por Bowness.

4.2 La carga legitimadora del segundo círculo de expertos

Este segundo círculo de reconocimiento estaría compuesto por los así nominados por Bowness, los expertos y críticos especializados en arte. Teniendo dos funciones principales, la primera finalidad sería tratar de crear un lenguaje específico y propio que pueda expresar a las obras de arte propuestas. Mientras que la segunda, por otro lado, sería la de contribuir y fomentar un debate crítico en torno a las propuestas artísticas.

El modo en que estos expertos y críticos, especializados en arte, se manifiestan para ejercer su labor legitimadora sobre las figuras de los artistas se trata en la mayoría de las veces, de medios de comunicación de masas, así como distintas publicaciones, impresas o digitales, en donde se vierten juicios y críticas respecto a las propuestas artísticas que pueden perdurar en el tiempo.

Del mismo modo, Bowness agrega a este círculo la acción de los comisarios u organizadores de exposiciones y directores de museo, que actúan a la par con los críticos, en el momento de desacreditar o legitimar las distintas propuestas de la escena del arte actual. La acción de comisarios de exposiciones, y expertos pueden influir de forma decisiva en la adquisición de obras por parte de los museos o colecciones privadas. Esta se considera, junto a la labor de creación del lenguaje propio de los críticos, como las practicas más características, decisivas e influyentes de este segundo círculo, el considerado el ámbito de acción de los *especialistas en arte*.

Según esta misma visión del autor, y compartida por muchos especialistas, los juicios en arte, no pueden ser nunca considerados absolutos o finales, pues es estrictamente necesario que se sostengan en el tiempo por consenso. Del mismo modo, defiende la reconocida autoridad del crítico argumentando que no suele basar sus criterios en gustos personales sino en el conocimiento en primera persona del arte de su época; “Por el hecho de pasar mucho tiempo mirando el arte de hoy, hablando con los artistas, leyendo las críticas de sus compañeros, adquieren una autoridad que tiene que ser reconocida” (Bowness, 1990: 33).

Del mismo modo, es importante señalar la idea descrita por Peist, sobre el juego recíproco de carga legitimadora que se desarrolla entre los distintos agentes de la esfera del arte. Pues a pesar que en su formulación viene a aludir principalmente a algunos agentes de la esfera del mercado, desde esta perspectiva dentro del círculo de los expertos se desarrolla una dinámica referencial semejante.

Así tal y como describe Peist, históricamente en los comienzos de la formación de las bases del sistema del arte moderno, y posteriormente del arte de las vanguardias, las principales figuras de la esfera del arte, se articulan dentro del sistema, gracias a la legitimidad y reconocimiento recíproco que alcanzan cada uno, a partir del apoyo mutuo de unos y otros. Es decir, que mientras los agentes, marchantes, coleccionistas, y críticos dotan de sentido la innovación de los artistas, reconociéndolos y legitimándolos, son estos a su vez, los que aportan la principal razón de ser, de estas primeras elites cultivadas de la modernidad (Peist, 2012: 317).

Nathalie Heinich denomina esta estructura de relaciones entre vanguardia y elite artística “un juego de dos”. Donde las elites hacen existir a las vanguardias con su reconocimiento y las vanguardias contribuyen a crear “una elite susceptible de integrarse en el seno de una cultura común” (Peist, 2012: 317). Así la consolidación legitimada de un artista, un comisario o un crítico, casi siempre repercute positivamente sobre el resto de agentes del sistema con los que existe un determinado vínculo, y es por esto que supone una de las principales motivaciones para comprometerse personal y profesionalmente en la defensa de tal legitimación. Tratándose así, en los inicios del movimiento, de un reducido ámbito interno reservado a unos cuantos entendidos y amantes del arte de su tiempo que, independientemente de que puedan tener intereses económicos implícitos, colaboran con sus acciones en la difusión de los nombres y de las obras de los artistas. Según puntualiza Peist, sobre el caso específico de la ruptura de los Impresionistas en el sistema del arte, las relaciones entre artistas, marchantes, críticos, coleccionistas y expertos tenían una lógica económica de beneficios simbólicos, es decir, la acumulación de reconocimiento y legitimidad que garantizase la presencia de dichos agentes en la posteridad histórica.

Así los vínculos estaban promovidos por un interés muy concreto, al igual que lo puede estar un intercambio material. Todos los agentes tienen algo que ganar con el mismo proceso de legitimación de los artistas (Peist, 2012: 125). De algún modo similar a como aconteció con el movimiento de los Impresionistas, los primeros interesados en adquirir o promocionar la producción de un artista de vanguardia aun no legitimado socialmente, eran los mismos agentes e instancias que se preocupaban por difundir la propia noción de arte moderno. Igualmente no se trata exclusivamente de valorar y adquirir la obra de uno u otro artista, como inversión financiera, sino que supone un verdadero principio de instauración de una plataforma de apoyo para el lanzamiento de las nuevas propuestas de vanguardia. (Peist, 2012: 112).

4.3 El tercer círculo exclusivo del mercado.

Seguidamente el siguiente tercer círculo de reconocimiento descrito por Bowness se estructura conforme a la acción de los agentes del mercado, en concreto, las figuras de coleccionistas y marchantes del arte. Según el autor, una vez que el artista ha conseguido sobrepasar con éxito el círculo de reconocimiento de la crítica, es mucho más probable, que se encuentre en una situación favorable a ser foco de interés de coleccionistas y marchantes.

Aunque resulta preciso apuntar, que el papel de coleccionistas y marchantes ha cambiado profundamente en el transcurrir del pasado siglo XX, y más aún en nuestro presente siglo. Durante este periodo han sido encumbrados desde un nivel de simples “fabricantes de dinero” hasta un papel bastante más parecido a la antigua tradición del “mecenazgo” como descubridores de talentos (Vettese, 2002: 93). Del mismo modo, el autor hace una alusión importante a las relaciones que pueden establecerse entre coleccionistas y los artistas. La importancia de esta red de relaciones que se teje entre marchantes y artistas radica en que no son solo los artistas los únicos que pueden beneficiarse de la misma.

Estas relaciones permiten a los marchantes, entre otras ventajas, acceder al primer círculo de reconocimiento de los pares artistas, para servirse del consejo de estos, los cuales poseen un conocimiento actualizado y se encuentran en estrecho contacto con el ambiente más innovador de los artistas jóvenes más desconocidos. Así pues a finales del siglo XIX, en relación con el nacimiento de las primeras grandes fortunas industriales, algunos compradores coleccionistas de arte, empezaron a establecer relaciones de amistad con sus artistas predilectos, habitualmente en sus primeras etapas iniciales, cuando todavía no habían alcanzado una notoriedad internacional. A su vez, estos, no solamente se limitaban a comprar dichas obras, sino que decidieron además financiar sus exposiciones, así como buena parte de su promociones profesionales (Vettese, 2002: 93). Resultando cada más frecuente que crítica, coleccionismo, marchantes y galeristas vivan en una especie de sinergia profesional, en donde se desarrollan funciones de promoción de los artistas de forma coordinada, consciente o inconscientemente por parte de la totalidad de los agentes.

En este sentido, y según Vetesse, el esquema de Alan Bowness solo sería aceptable si los estadios del reconocimiento marcados por el mismo, son aceptados no como fases necesariamente sucesivas las unas a las otras en términos estrictamente temporales de forma lineal (Vettese, 2008: 93). Siendo esta una de las correcciones o críticas más repetidas respecto a la teoría de Bowness, la cual, a medida que vamos avanzando por sus estrechos círculos concéntricos se va haciendo cada vez más y más patente. Siendo en este tercer círculo, exclusivo de los agentes del mercado, casi una evidencia demasiado patente y relevante para no subrayarla.

4.4 La dificultad aprehensiva del último círculo: el gran público.

El último círculo en el que nos detendremos, será al que hace referencia el autor como el círculo final del esquema, aquel referente al gran público. Según este, una vez alcanzado la consolidación de la legitimidad del círculo de la crítica experta, y la obra del artista circula fluidamente en el mercado del arte, el artista accede a una última fase, descrita por Bowness, como el círculo de reconocimiento final por parte del público. El planteamiento original del autor, era fragmentar y definir en detalle el proceso de reconocimiento del artista, el cual debe recorrer los tres círculos previos del sistema del arte, hacia una definitiva consagración por parte del último círculo, el público. Sin embargo, en la breve teoría desarrollada por el autor, la esfera del público es explicada de un modo muy breve, pasando por encima de la noción misma de “público”. Es decir que Bowness no se para a definir con ninguna exactitud la concepción específica que entiende como el “público” del arte.

Así el historiador y sociólogo del arte, Vicenç Furió advierte de la indeterminación de la noción misma de “público”. Así como determina que “el concepto de público artístico es impreciso (...) Se puede hablar de público de un artista, de un arte o de un estilo, y el concepto también puede variar según sea la actitud del receptor, la frecuencia de participación o el medio a través del cual se entra en contacto con la obra” (Peist, 2012: 213). Los principales problemas de la construcción del público como un objeto de estudio son la falta de cohesión de sus componentes, la gran diversidad de factores que se pueden utilizar para medir su homogeneidad relativa, y la variabilidad de las reacciones y de las agrupaciones dependiendo de múltiples factores (Peist, 2012: 213).

Se considera que la recepción por parte de un público del arte, en el caso del arte moderno, es la que se efectúa por los propios mediadores y especialistas en el mundo del arte. Asimismo, las dificultades para medir el público y sus valoraciones ocasionan que no se disponga de indicadores para precisar la acumulación de reconocimiento de los artistas a lo largo del tiempo.

Los niveles de consagración, son difícilmente derivable de la información disponible sobre el público en general, y así es constante que numerosos artistas consagrados en un ámbito como el de las universidades y los especialistas pueden tener un grado de reconocimiento bajo o nulo en un público “no iniciado”(Peist, 2012: 204).

Según Vettese, este reconocimiento final por parte del gran público puede no alcanzarse nunca y, aunque se pueda llegar a conseguir el éxito profesional en vida, es posible que sea necesario el transcurrir de muchos años desde el inicio de la actividad creativa hasta alcanzar el reconocimiento o legitimación social a gran escala. En cambio según la visión de Bowness, será una media de veinticinco años, los necesarios para un artista dotado de talento para abrirse camino a través del sistema del arte. Sin embargo Vettese contradice esta visión tan optimista desde su perspectiva, considerando que en numerosas ocasiones se han necesitado de muchísimos más años, e incluso en numerosos casos, tan solo después de la muerte del artista, ha conseguido ser legitimado por un público mayoritario (Vettese, 2002: 95). Por otro lado, es importante señalar que el simple conocimiento de un cierto nombre por parte del gran público no se corresponde siempre con una aceptación incondicional o mucho menos con una legitimación social consensuada sobre su creación artística. Por ejemplo, la propia figura universal de Pablo Picasso, a pesar de ser ampliamente conocido internacionalmente, serán solamente aquellas obras pertenecientes a su periodo más juvenil, las que encuentran un amplio consenso entre los públicos (Vettese, 2002: 95).

Del mismo modo, no deben confundirnos las largas colas de público que, en ocasiones, pueden presidir algunas exposiciones de arte moderno y arte contemporáneo, pues ocasionalmente, disfrutan de un respaldo mediático muy fuerte, que puede convertir la visita al museo o galería, casi en un deber social. A pesar de que las incomprensiones en el campo del arte contemporáneo, cuyas formas, técnicas y contenidos son extrañas a la formación escolar habitual, siguen siendo completamente inevitables y justificadas para la gran mayoría de los públicos (Vettese, 2002: 97).

Principalmente, a causa de la escasa presencia y calidad del periodismo de arte contemporáneo en los grandes medios de información, y sobre todo en la programación televisiva, el gran público de hoy, carece completamente de sólidos instrumentos de juicio (Vettese, 2002: 95). Resulta muy común, encontrarnos hoy con la idea de que una “verdadera” obra de arte debe transmitir por sí misma, fuertes emociones o ideas a quien la contemple, sin considerar ningún otro factor, obviando todo tipo de mediación cultural o cualquier contextualización de la obra. Esta mentalidad tiene su origen en la pretendida universalidad del arte, de la que se encuentra una prueba en la presunta comprensibilidad del arte antiguo (Peist, 2012: 96). Según esta postura, el arte antiguo o clásico alcanza a transmitir esos valores, emociones o ideas de forma natural y directa, sin mediaciones o contextualizaciones de ningún tipo, cuando en realidad, para los públicos occidentales europeos es tan fácil comprender las pinturas antiguas que ello sugiere la idea que tal comprensión nace de una fuente innata e inmediata a la percepción, mientras que por el contrario, lo que realmente nos permite apreciarlas es una formación histórica y religiosa socioculturales que asumimos en tiempos muy precoces (Vettese, 2002: 96).

El principal motivo de tal separación actual entre la esfera de los públicos y el mundo del arte contemporáneo, reside en el hecho de que los modos y las estrategias desarrolladas para llegar al gran público son ajenos al propio mundo del arte. Pareciendo que toda ruptura sociocultural e innovación artística propuesta desde la esfera del arte, es mirada con un halo de sospecha y escepticismo, dando la falsa impresión de que estos procedimientos del arte contemporáneo son sencilla y sustancialmente tomaduras de pelo (Vettese, 2002: 97).

5. La legitimación en el siglo XX y el *artista de moda* como fenómeno propio de la contemporaneidad.

Los artistas de la primera mitad del siglo XX, encontraron en un primer momento de reconocimiento, su validación en el mercado privado, mientras que la segunda mitad del siglo XX fue testigo de la inmediata reacción del reconocimiento en las instituciones públicas y los museos, creando, por sus características físicas entre otras cosas, lo que Raymonde Moulin denomina “un arte para los museos” (Peist, 2012: 25). Del mismo modo, tal y como señala Peist, en el caso de la primera mitad del siglo XX, el campo autónomo del arte se estructuraba de manera que su propio mecanismo permitiera un correcto funcionamiento. Es decir que los primeros agentes del arte, tanto los pares del artista, como las críticas a su obra o los mediadores del mercado, participaban de una manera casi activa en el propio proceso creativo. De esto modo, la consagración o consolidación de las obras, no suponía mérito exclusivo de los artistas a modo individual, sino lo que se consagraba era todo el sistema del arte que gira en torno a la idea de la modernidad (Peist, 2012: 174). Para ejemplificar este fenómeno, nos remitiremos en este sentido a los biógrafos del artista expresionista abstracto: Jackson Pollock. Según Naifeh y White Smith¹⁸, el crítico de arte, Clement Greenberg, convenció a Pollock para abandonar toda figuración y profundizar en la repetición de técnicas y motivos. En este mismo sentido, Thomas Crow¹⁹, presentó un análisis sobre la manera en que el entorno de Peggy Guggenheim influyó del mismo modo en Pollock para la utilización de lienzos de grandes dimensiones, revelando no sólo la influencia de todo el sistema del arte en el encumbramiento del artista, normalmente adjudicada en exclusiva a Greenberg, sino también incluso en las soluciones formales adoptadas por el propio pintor para realizar sus obras (Peist, 2012: 174).

¹⁸ Los estadounidenses Steven Naifeh y Gregory White Smith, son ganadores de un Premio Pulitzer por el trabajo de investigación realizado para la biografía del pintor Jackson Pollock.

¹⁹ Thomas Crow, conocido historiador del arte y crítico de arte estadounidense que es mayormente conocido por sus influyentes escritos sobre el papel del arte en la sociedad y la cultura moderna. Autor del reconocidísimo *Pintura y sociedad en el París del siglo XVIII*. Madrid. Nerea, 1989.

Mientras que por el contrario en la segunda mitad del siglo XX serán las diversas corrientes y estilos a los que los artistas pertenecen, los fenómenos consolidados en sí mismos, más que las propias figuras personales. (Peist, 2012: 312-313) Si bien la reacción de los museos, o la entrada en el segundo gran momento de reconocimiento, descrito por Heinich, se puede medir a partir de las adquisiciones, legados u organización de exposiciones, individuales o colectivas, consideramos que las exposiciones retrospectivas centradas en la figura de un solo artista, es el momento clave en que este es consagrado definitivamente por la institución. (Peist, 2012: 193) Si atendemos a los modos históricos de consagración en la trayectoria de los artistas más destacados del pasado siglo, observaremos como figuras, como Marcel Duchamp, tenían muy presente que la circulación de sus obras en el mercado del arte no era la única manera de entrar en la historia. Según este, su obra debía entrar, por su propio valor artístico, al margen del valor monetario que le pudiera llegar a adjudicar el mercado.

Tal y como apunta en su estudio Nuria Peist, Marcel Duchamp escribiría ya en 1928 lo siguiente; “al final un cuadro se tiene por bueno sólo si vale tanto. Y hasta puede que lo acepten en los sagrados museos. Allá la posteridad”. Estas declaraciones revelan la conciencia de Duchamp de que la entrada en los museos lega la obra a la posteridad, y que el valor preponderante para que esto sucediera no era el artístico, sino casi estrictamente, el económico dado por el mercado. (Peist, 2012: 189) Así como determina Peist, la lucidez idealista de Duchamp y las estrategias de distanciamiento de sus inicios dieron los resultados esperados por el artista. Su biógrafo, y junto a él no pocos historiadores del arte, considera que fue Duchamp y no Picasso el artista del siglo XX. Pero más allá de tal controversia, lo más significativo para nuestro estudio, es que dos artistas con estrategias y trayectorias tan radicalmente diferentes, como Duchamp y Picasso, se disputen los primeros puestos en la estimación de grandes figuras del arte moderno. Por lo que parece, que si estimamos como representativo, el caso paradigmático de Duchamp, el poseer grandes marchantes que lo representen, críticos y devotos coleccionistas en vida que lo apoyen y lo avalen no supone, para los artistas de vanguardia de principio de siglo, una condición indispensable para ser legitimados por la esfera del arte.

Aunque tal situación parece variar de sobremanera para el caso del mundo del arte en la contemporaneidad. Pues según el experto en el mercado del arte: Don Thompson, la trayectoria de un destacado artista hoy, a los que él denomina; “*artistas de moda*”, que pretenda llegar a consolidar su figura, deberá transcurrir primero por la aprobación y beneplácito de una serie “*gatekeepers*” o guardianes del arte. Al mismo modo de la propuesta de Bowness con sus círculos de reconocimiento, según este, el artista debe atravesar indispensablemente por el proceso de aceptación y representación de un marchante establecido en un primer grado. Este a su vez, llegará a ponerse en contacto con el artista, en concordancia también con la teoría del círculo de los pares de Bowness, o bien por sugerencias directas de otros artistas, ya representados por la galería, o bien por el “descubrimiento” de este en exposiciones colectivas organizadas por determinados centros formativos de arte.

En esta línea propone Mihály Csikszentmihalyi²⁰ el funcionamiento del reconocimiento de la creatividad de un artista o creador, no como resultado de una elaboración exclusivamente personal del sujeto que sucede en su interior, sino como consecuencia de la interacción entre las acciones de un agente y su contexto sociocultural determinado (Pascale, 2005: 65). Así para el profesor Csikszentmihalyi, el reconocimiento de la creatividad es un producto resultante de la interacción de un sistema compuesto por tres elementos: una cultura que contiene unas determinadas reglas simbólicas, un agente que aporta una novedad precisa al campo simbólico y un ámbito de expertos que reconocen y validan legitimando esa innovación. Este grupo de expertos constituyen para el autor un ámbito que incluye a todos los individuos que actúan “*gatekeepers*” o “*guardianes*” de las puertas que dan acceso al reconocimiento. Así pues estos deciden qué propuestas merecen ser reconocidos o no, pues la imposibilidad de asimilación de todo el material cultural creativo nuevo originado, hace que deban realizar un proceso de filtrado y selección (Pascale, 2005: 71).

²⁰ Mihály Csikszentmihalyi es profesor de psicología en la Universidad de Claremont, California, y fue jefe del departamento de psicología en la Universidad de Chicago y del departamento de sociología y antropología en la Universidad Lake Forest. Ha destacado por su trabajo acerca de la felicidad, la creatividad, el bienestar subjetivo y la diversión, pero resulta más conocido por su creación de la idea de *flujo*, y por el consecuente trabajo realizado durante un largo periodo acerca de este concepto.

Según Csikszentmihalyi, el artista creador deberá con la tarea cardinal de persuadir a este grupo restrictivo de lo valioso de su aportación, una misión fundamental del proceso creativo según el autor, pues según este, el papel que juega el contexto sociocultural es de una relevancia decisiva. Por lo que resulta relevante señalar que según esta visión, la creatividad tiene lugar cuando un agente posee una nueva aportación, y solo cuando esa novedad sea seleccionada por un grupo de expertos podrá ser incluida y legitimada dentro un ámbito correspondiente. Lo cual viene a dotar de un papel concluyente a las instituciones, jerarquías y validaciones propias de un determinado ámbito (Pascale, 2005: 83).

Una vez situado, como sugiere Csikszentmihalyi en su estudio, en un primer nivel de representación social, se le permitirá al creador acceder a los primeros juicios legitimadores de su obra, así como a los primeros circuitos de comercialización de la misma. Enlazando con el modelo analítico de Nathalie Heinich, en el que se trazan dos momentos de reconocimiento del artista. De este modo según Heinich, el creador cambiará de nivel de representación hacia un grado paulatinamente superior, hasta alcanzar lo que Thompson denominará en último término, la representación y mediación por parte de los “marchantes y galeristas superestrellas” los cuales se codean con los grandes coleccionistas y directores de museos de renombre internacional (Thompson, 2009: 274). Estos “marchantes superestrellas” le proporcionarán la posibilidad de acceder a las colecciones de los compradores más reconocidos de la esfera del arte. Recibirá algunas críticas positivas o negativas sobre estas obras de alguna relevancia, pero quizás lo más importante, es que desde la galería del marchante de marca se difundirá, mediáticamente, su figura a través de sus redes de comunicación. Tras lo cual ingresará, gracias a suculentos descuentos, entre los depósitos de algunos de los “*museos de marca*” reconocidos, legitimando solidamente su carrera artística.

Aunque lo que permitirá, según Thompson, la culminación profesional artística contemporánea será la aparición de sus obras en las sesiones nocturnas de las prestigiosas casas de subastas Christie’s y Sotheby’s.

Eventos tras los cuales, puede verse recompensado con un alzamiento generalizado de todas sus obras y con la organización de su primera exposición retrospectiva en un museo con nombre-marca. Sin olvidarnos nunca que para Thompson, toda esta cadena de sucesos podrá desarrollarse siempre gracias a la colaboración, y sobre todo a la financiación, de los susodichos “marchantes superestrellas” de la esfera artística contemporánea (Thompson, 2009: 274).

Según el autor, se puede afirmar que el proceso de consolidación de la figura del “artista de moda”, fenómeno característico representativo de la contemporaneidad, viene definido por su acceso a las esferas de representación de los grandes marchantes y su intensa presencia y gestión mediática. El cual tiene entre sus objetivos principales la visibilidad e inserción de la obra en las grandes instancias legitimadoras. Aunque en este proceso parece que se le da la espalda al juicio estético o la apreciación innovadora, así como a una cierta valoración por parte de la crítica experta del arte. Según este criterio descrito por Thompson, la consolidación o consagración del artista contemporáneo, tendría mucho más que ver con la marca de moda que pueda llegar a representar el artista, el reconocimiento internacional del marchante y el ego de los coleccionistas que con la propia noción intrínseca del juicio estético o innovador del arte actual (Thompson, 2009: 274).

Capítulo II: La fricción relacional entre Arte y Mercado.

1. La problemática latente entre las valoraciones del Arte y el Mercado:

Será a partir de los años sesenta, coincidiendo con la recuperación económica tras la posguerra mundial, cuando se inició a configurar en la gran mayoría de los países occidentales un complejo sistema de relaciones artísticas y comerciales, el cual posteriormente vendrá a ser definido explícitamente en 1964 por Arthur Danto²¹ en el conocido; *Artworld*²² (mundo del arte). Este mundo o sistema ligará la producción artística a la promoción de las obras en el mercado, desarrollando un conjunto de relaciones que conducirán a una unión escalonada cada vez más estrecha entre los artistas, críticos, comisarios, coleccionistas y galeristas.

Con su ensayo Danto pone de manifiesto lo que hacía tiempo que estaba empezando a surgir, pues en la actualidad para concebir algo como obra de arte resultan necesarios referentes que van más allá de la experiencia puramente sensorial o perceptiva, es preciso el conocimiento de unas ciertas nociones teóricas o históricas del arte, es decir estar familiarizado con el interior de este *mundo del arte*. Nociones y dinámicas que se vienen materializando desde finales del siglo XIX y que para la década de los años 60 ya se había formalizado en un complejo entramado institucional con vida propia. Así, Arthur Danto delimita el concepto, pero ni inventa ni define el *mundo del Arte* en si, este sistema se viene configurando en el modelo de vida capitalista occidental desde mucho tiempo atrás.

²¹ Arthur Coleman Danto (Míchigan, 1924 – 2013) relevante crítico de arte y profesor de filosofía de los Estados Unidos. Considerado como uno de los filósofos analíticos más importantes de su tiempo en relación a la estética en el arte. Parte de la celebridad alcanzada por Danto está basada en su tesis sobre una supuesta "*muerte del arte*" en el horizonte contemporáneo de la cultura. Para fundamentar su postura acudía a la meditación hegeliana sobre la muerte del arte en el contexto de su Estética.

²² El concepto de *mundo del arte* fue desarrollado por Arthur Danto en un famoso artículo de 1964 titulado, precisamente, *The artworld*. El mundo del arte no tiene aquí un sentido acotado, sino que involucra a múltiples actores y estructuras sociales. Para Danto la obra de arte no lo es por ninguna cualidad intrínseca, sino por encuadrarse dentro del *Artworld* o "mundo artístico", colectivo en el que participan, por supuesto, los propios creadores, pero también los críticos, historiadores, comisarios y marchantes que lo integran. Si esta restringida esfera acepta algo como arte, entonces debe ser considerado *arte*.

El ingenio de Danto radica en haber acuñado el término y haber contribuido en gran medida a popularizarlo, tras lo cual el proceso de globalización cultural que le continuó trasladó paulatinamente al resto del planeta. Esta concepción de Danto sobre el arte dependiente del criterio de los expertos y profesionales del mundo del Arte será la línea que retomará, George Dickie²³ durante las siguientes décadas de los setenta y ochenta del siglo pasado.

En particular Dickie desarrollará en profundidad esta idea en su libro de *El círculo del arte*²⁴ de 1984, en el cual se determina que las obras de arte son “artefactos” que han adquirido un cierto estatus de legitimación dentro de un determinado marco institucional al que llamará, precisamente, el mundo del arte. Por otro lado será en 1973 cuando Pierre Gaudibert²⁵, anticipase en su ensayo, *El sistema de mercado y las artes*, que para decidir el éxito de un artista vivo se requiere la concurrencia de la mayor parte de lo que él denomina las tres “m”: museos, medios de comunicación y mercado. En esta misma línea, el italiano Achille Bonito Oliva²⁶, en su ensayo de 1975, *Arte y mercado del arte*, atribuía al sistema de mercado la capacidad de reconocer a los mejores artistas y de saber desarrollar una oportuna función de difusión de las obras artísticas (Vettese, 2002: 16).

²³ George Dickie (Florida; 1926) Profesor Emérito de Filosofía de la Universidad de Illinois en Chicago y uno de los más influyentes filósofos del arte, el cual trabaja principalmente dentro de la tradición analítica. Dickie supone un referente obligado en el mundo de la cultura desde que en 1969 publicara el artículo titulado; *Defining Art*. En el cual consideraba el arte como una actividad que sólo puede entenderse en el marco de las prácticas institucionales. Intrínsecamente asociado a la *Teoría Institucional* que sitúa la clasificación de los objetos como obras artísticas dentro del conjunto de prácticas institucionales y sociales determinadas.

²⁴ The Art Circle (Haven Publications, 1984) Dickie, G.; *El círculo del arte. Una teoría del arte*. Traducción de Sixto J. Castro, Paidós, Barcelona 2005. En *El círculo del arte*, Dickie revisa las anteriores versiones de la *Teoría Institucional*, exponiendo una teoría clasificatoria que no trata de explicar por qué asignamos valor a determinadas obras de arte, sino que se limita a enunciar las propiedades suficientes para su caracterización: la *artefactualidad* y la posibilidad de presentación a un público perteneciente a ese medio, así como el desgajar de los roles de cada uno de los agentes que forman parte de ese mundo.

²⁵ Pierre Gaudibert (1928-2006) Crítico de arte y escritor francés. Siendo su producción como crítico y comisario extremadamente ecléctica, tuvo un rol importante en la historia de la museología moderna y en la historia del arte contemporáneo africano.

²⁶ Achille Bonito Oliva (Caggiano. Noviembre 1939) Crítico de arte italiano contemporáneo y conservador con sede en Roma, donde es profesor de Historia del Arte Contemporáneo en la Universidad de La Sapienza . Nombrado comisario y director artístico de la XLV Bienal de Venecia en 1993.

El surgimiento del arte culto a diferencia del popular y su incidencia en la vida social, es algo que han estudiado en profundidad sociólogos de la cultura como Veblen, así como expertos en arte como Coomaraswamy. Siendo ellos quienes fueron los primeros que detectaron el posicionamiento económico del arte en su valor de ostentación a comienzos del siglo XX (Veblen) y la conversión del arte como un fenómeno de élite, cada vez más alejado de la vida convencional (Coomaraswamy) con la instauración del mundo moderno.

La tradición de estudio en relación a las controvertidas dinámicas de interacción entre arte y mercado es bien extensa, y así como en la relación entre arte y política, pues no pocos autores de la escuela de Frankfurt²⁷ han ahondado en su estudio, así como el citado previamente, Pierre Bourdieu. Partiendo de dichas postulaciones, podemos determinar que desde el prisma de la crítica, el mercado en si, puede suponer para el sistema del arte, tanto un imprescindible aliciente que fomenta y premia la creación, como la perversión corruptiva del propio sistema. Nos referimos a este, como aliciente necesario, porque alimenta el marco de producción y establece las normas del juego creativo, en un entorno excepcional, en el que las leyes generales que se ajustan a los sistemas de consumo y producción masivos, no resultan aplicables a la peculiar esfera del arte. A su vez, puede suponer una perversión del mismo, porque este sistema refinado de exclusividad, parece planificado para alcanzar por encima de todo, el beneficio económico y la distinción sociocultural de una élite social dominante.

En los recientes movimientos culturales de finales del siglo XX, existe la percepción social de que el sistema del arte ha ido incorporando valores, dinámicas y estilos propios de los entornos puramente mercantiles y financieros.

²⁷ Se conoce como Escuela de Fráncfort (Universidad de Frankfurt) un grupo de investigadores, entre ellos, Max Horkheimer, Theodor Adorno y Jürgen Habermas, que se adhieren a las teorías de Hegel, Marx y Freud, y cuyo centro está constituido en el Instituto de Investigación Social, inaugurado en 1923 en Frankfurt del Meno. También se les considera los representantes de la *Teoría crítica* que allí se fundó. El núcleo de la *Teoría crítica* de la escuela de Fráncfort es la discusión crítico ideológica de las condiciones sociales e históricas en las que ocurre la construcción de teoría y la crítica de esas condiciones sociales.

Es decir, tal y como apunta Julian Stallabrass²⁸, el arte se ha ido convirtiendo cada vez más en algo comercial, asegurando que si el arte reciente ha sido empujado hacia su vertiente más especulativa es porque “el impulso ha provenido en gran parte del mercado, que al mismo tiempo a su vez, se ha ido convirtiendo últimamente en algo más parecido al arte” (Stallabrass, 2010: 216). Es por este juego de referencias cruzadas que al propio arte, le resulta muy difícil dirigir su fuerza de análisis crítico en contra de las condiciones socioeconómicas que permiten su propia existencia (Stallabrass, 2010:153).

Así pues en una economía globalizada donde los mayores beneficios se obtienen de la oferta y demanda de una serie de servicios intangibles, propios del sistema neoliberal por el que se rige la economía actual, resulta constante la comunicación por parte de los medios de masas del valor substancial que pueden llegar a alcanzar algunos aspectos intangibles de nuestras economías.

Aspectos tales como algunos logotipos comerciales de marcas muy reconocibles de multinacionales que no resultan demasiado diferentes, a efectos socioeconómicos, de las firmas personales de algunos de los artistas más reconocidos internacionalmente. En ambos ámbitos es posible fijar un valor monetario específico en base a su implantación comercial en un determinado sector, y a su vez, ambos pueden ser comprados y vendidos conforme a unos precios establecidos en esos mismos sectores. Aún poseyendo ambas esferas, el arte y el diseño de marketing, una naturaleza netamente inmaterial, pueden registrarse como propiedades privadas y ostentar unos derechos al igual que poseen los bienes tangibles (Stallabrass, 2010:217).

²⁸ Julian Stallabrass es un historiador del arte británico, fotógrafo y comisario. Fue educado en Leighton Park School y New College, Universidad de Oxford, donde estudió PPE (Philosophy, Politics and Economics). Declarado marxista, Stallabrass ha escrito extensamente sobre el arte contemporáneo, incluyendo los aspectos del arte en las redes de Internet, la fotografía y la historia del arte británico del siglo XX. Stallabrass es conocido por ser crítico con el movimiento de los Jóvenes Artistas Británicos (YBA) y sus obras. El éxito alcanzado por los YBA, así como su influencia en la esfera del arte, fue el tema de su estudio, de 1999 *High Art Lite*, obra que ha resultado un referente cardinal para el presente estudio.

Muchas de las grandes compañías de la publicidad, la comunicación, el diseño o la moda, se fundamentan en poco más que el valor comunicativo de su propia marca. Sus bienes de consumo giran en torno al valor añadido de una imagen simbólica cargada de connotaciones comunicacionales, haciendo así un uso impecable del marketing de lo inmaterial.

Como se describe de forma magistral en el estudio de Stallabrass; “el hecho de que el arte se haya vuelto de forma más evidente un negocio se ha debido a la retirada gradual, en el largo plazo, de las subvenciones estatales. Los museos y las galerías se rigen cada vez más por líneas comerciales, medidas en primer término por la cantidad de gente que se pasea por sus pasillos...los propios museos y galerías empezaron a depender mucho más de la financiación privada y, como resultado, se abrieron a la negociación de tratos comerciales, al patrocinio, al marketing y la publicidad. Se convirtieron en expertos en el uso de la publicidad y la organización de grandes eventos” (Stallabrass, 2010: 234).

Como consecuencia de este solapamiento entre las esferas del arte y el mercado no nos resulta extraño observar hoy, como los agentes del sistema del arte, que una vez fueron reguladores legítimos del sector, se empleen como herramientas de la industria cultural. Pues no son pocas las publicaciones y revistas especializadas de arte, con una difusión a gran escala, que se han convertido en verdaderos catálogos de moda, con una dedicación casi exclusiva, a las colecciones de fotografías de tendencias propias de cada temporada.

De modo similar, la crítica teórica, los historiadores o escritores expertos en la materia artística parecen que han pasado a representar un absoluto segundo plano, oscurecido tras las seductoras y excepcionales imágenes del diseño. Siguiendo esta misma lógica liviana de las publicaciones de moda, las imágenes y los recursos visuales suponen un elemento comunicacional mucho más relevante que las propias palabras y argumentos reflexivos. Aun dentro de esta lógica de tendencia exclusivamente visual, el análisis teórico resulta válido, pues su profundidad dentro de los artículos de la revista, confieren la importancia que le corresponde, ya que lo que se espera de ellos es que traten de dotar a la piezas de un mínimo marco de solidez y fundamento teórico (Stallabrass, 2010: 217).

Este modelo de convergencia interesada entre el sistema del arte y el mundo de los negocios de las industrias culturales podría explicar la clave del concerniente éxito social que el arte contemporáneo experimenta en nuestros días. Hoy día da la impresión de que para llegar a ser valorada socialmente, una obra de arte debe entrar en el mercado y alcanzar una buena posición mercantil; pero irónicamente cuando entra en esta lógica de mercado, tiende a ser tratada y percibida exactamente igual a cualquier otro producto comercial. En un primer momento de valoración, resulta fundamental el carácter innovador de la obra, pero a continuación, el éxito en el mercado está, en parte, determinado por la efectividad de la estrategia comunicativa desarrollada sobre los medios de masas por parte del artista, marchante o galerista (Vettese, 2002: 136).

En este mismo sentido, otro ejemplo que ilustra los difíciles equilibrios entre el arte y el mercado, son los diferentes usos de los espacios físicos referenciales del arte, como pueden ser algunos de los grandes museos, galerías o salas de exposiciones, que suponen algunas de las más representativas instituciones del arte, que se han convertido a su vez, en elementos simbólicos a tomar por las influencias de las grandes corporaciones. Convirtiéndose así, algunos de ellos en sedes temporales de las mismas, salas expositivas que acogen celebraciones corporativas, receptores exclusivos de colecciones privadas o simples demostraciones públicas del poder de las compañías.

Muchas de estas corporaciones pueden valorar como beneficioso para la imagen social de la empresa la asociación comunicativa con algunos de estos emblemáticos espacios del arte y la alta cultura. En este sentido resulta también un buen ejemplo, las operaciones de planes urbanísticos en donde estos espectaculares e icónicos receptores de arte, han jugado un papel fundamental en los proyectos de regeneración urbana y especulación inmobiliaria en numerosas de las capitales internacionales (Stallabrass, 2010: 216). Promocionando, y financiando a su vez, la organización de macro eventos culturales, de corte multitudinario y espectacular, en donde de nuevo se ponen de manifiesto la difícil armonía entre corporaciones mercantiles y las instituciones del arte.

Es pertinente por tanto el cuestionarse si debe aceptarse, sin gran controversia, que un campo como el de la creación artística pueda estar sometido a las duras reglas del libre mercado. A pesar de la condena moral, o legal, que merezcan las perversas acciones de determinados agentes predominantes en la esfera del arte, agentes que han actuado con poca, o ninguna, honestidad, parece ya evidente que en el mundo del arte actual, no se vislumbra un mayor rigor moral o ético que en cualquier otro sector artístico comercial, tal y como sucede con la industria musical, audiovisual o editorial. Así hoy en día, todavía por parte de los públicos del arte, se ve con un cierto escepticismo, o incluso una explícita sospecha, la aplicación de estas implacables reglas de mercado basadas en las leyes de oferta y demanda, sobre el plano de la creación artística contemporánea.

2. La inversión y el valor del arte como un bien de consumo.

La relación que existe entre las personas y los objetos materiales que les rodean es extraordinariamente compleja, y el valor que estas les otorgan aún más pródiga en múltiples significados. Tal y como describía Karl Marx en su obra, *El Capital*²⁹, el denominado *valor de uso* de un bien, es aquel determinado por sus condiciones naturales, es la capacidad que posee un objeto para satisfacer una necesidad. Principalmente viene determinado por las características propias del objeto, y por el uso específico que se da al mismo según esas características.

Bien distinto del denominado *valor de cambio*. Siendo este *valor de cambio*, una magnitud determinada por la cantidad de trabajo socialmente necesario para producir la mercancía, es decir el tiempo requerido de producción en las condiciones medias vigentes en una sociedad. Tratando de reducirlos a descripciones muy simples hablaríamos de *valor de uso*, como el valor que posee la utilidad práctica del mismo, mientras que su *valor de cambio* resultaría el coste de producción y venta en los mercados.

Resulta imposible comparar ambos valores entre sí, de manera cuantitativa, sin establecer un patrón de medida arbitrario y abstracto para calificar dichos valores. Es aún más compleja su comparación a la hora de tratar de aplicar estos mismos valores a los bienes mercantilizados en el mundo del arte, pues muchos de los bienes, y en especial las obras de arte, no son creados, comprados y usados exclusivamente por su utilidad práctica intrínseca, sino mas bien se trata de la capacidad de satisfacer necesidades inmateriales, así como por las connotaciones socioeconómicas que algunos bienes, como las obras de arte, pueden revestir en determinados esferas socioculturales.

²⁹ El Capital, (lib. 1, sección 1, cap. I) tratado de crítica de la economía política, aunque al mismo tiempo, ha sido interpretado también como una obra de filosofía, como un tratado de economía, o como un tratado político sobre las relaciones de dominación entre clases sociales, y donde se desarrolla en profundidad la noción de los dos grandes factores propios de la mercancía en sus sistema capitalista: el *valor de uso* y *valor de cambio*.

Para poder seguir desarrollando el análisis sobre usos y valores de los bienes, es necesario apuntar hacia las aportaciones que Baudrillard expone en *Crítica de la economía política del signo*³⁰, en donde se describen cuatro valores diversos a los bienes, el *valor de uso* y el *valor de cambio* desarrollado anteriormente por Marx, y el *valor símbolo* y *valor signo*, abriendo así al valor de los bienes de consumo, su dimensión semiológica. Será sobre esta lógica donde se desenvuelve la sociedad de consumo contemporánea, pues sólo existe el bien de consumo a partir del momento en que se cambia, y el cambio viene determinado por la lógica social y los códigos que la cultura dominante ponen en juego. Así, en la compleja relación existente entre los individuos y los bienes, podríamos afirmar, simplificando conceptos, que la sociología contemporánea ha evidenciado principalmente las siguientes cuatro lógicas sobre la valoración de los bienes.

La primera, una lógica funcional del *valor de uso*, regida por operaciones y utilidades prácticas, una segunda lógica económica del *valor de cambio*, regida por la equivalencia del mercado, la tercera sería la lógica del *valor simbólico*, regida por la ambivalencia subjetiva y finalmente una lógica del *valor signo*, regida por las diferencias, por cuanto los sujetos redefinen mutuamente las propias jerarquías de valores sociales, comunicándose entre sí a través de los bienes de consumo. Así, el uso funcional del bien se define por su estructura técnica y su manipulación práctica, en cambio el bien como mercancía se identifica por su precio en el mercado, mientras que el empleo del bien-símbolo se basa en su presencia alegórica y finalmente el consumo del bien como signo está definido por el valor social de su marca distintiva. En el terreno específico del arte que nos atañe, una obra de arte puede ser comprada como bien de consumo, ante todo, para satisfacer

³⁰ *Crítica a la economía política del signo* se propuso explicar el surgimiento de la sociedad de consumo y la economía a través de la aplicación de las Teorías del Signo, originadas por la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure, también adoptada por Roland Barthes. Así, en esta obra, Baudrillard atiende a las dinámicas de aislamiento y privatización del consumo que suponen la supremacía del sistema de dominación. A su vez, defiende que el marxismo es ya visto como «una corriente demasiado ocupada en cuestiones de economía política y alejada del análisis de la significación de la cultura».

unas necesidades personales prácticas que entran en la lógica del *valor de uso*: satisfacer un deseo estético o adornar una nueva vivienda.

A pesar de que estas motivaciones, o justificaciones de consumo, suelen ser las más extendidas y anunciadas públicamente por los grandes inversores del arte, también parecen ser las menos determinantes a la hora de efectuar la compra de los bienes artísticos.

La motivación que entra en la lógica del valor de cambio es indudablemente una de las más fuertes, desde el momento en que un cuadro tiene un valor económico que puede salvaguardar al capital de la inflación y servir como forma, no explícitamente aceptada, de conseguir espléndidas ganancias; “la obra de arte trabaja para ti” es un eslogan que todos los grandes coleccionistas estarían dispuestos a compartir (Vettese, 2002: 24). Parece que el goce estético en sí de una obra de arte, no justifica de hecho la necesidad de posesión de la misma, o incluso las motivaciones con finalidades puramente prácticas, como las decorativas, podrían ser perfectamente asumidas por un tipo de reproducción de alta calidad. Si el consumo de bienes artísticos con precios astronómicos puede justificarse hoy, las motivaciones van mucho más encaminadas hacia el valor de cambio, o el valor signo, de determinadas piezas o artistas que hacia cualquier otra dirección.

Durante buena parte del siglo XX, algunos magnates de las economías florecientes vieron en la inversión en arte un medio para contrarrestar un posible complejo de inferioridad cultural, y tratar así de elevarse socialmente, lo cual respondería a una predominancia del *valor signo* del arte, en la actualidad esta tendencia, de adquisición de obras con aparente desinterés especulativo, esta casi desaparecida, dando lugar a una relación mucho más franca y cruda entre, arte y mercado, cultura y dinero. Siendo el discutido, y problemático, *valor de cambio* el factor determinante a la hora de invertir fortunas tanto en grandes obras de arte socialmente reconocidas, como en jóvenes talentos de futuros supuestamente brillantes.

Así las prácticas de inversión en el denominado “descubrimiento” de nuevos genios ocultos, se ha ido conformando en último siglo como una práctica financiera con posibles beneficios futuros importantes. Una oportunidad en la que muchos agentes del sistema del arte contemporáneo no han querido dejar pasar por alto para poder sacarle un máximo partido a sus apuestas. El vertiginoso aumento de las salas y galerías dedicadas al arte contemporáneo, sobre todo desde los años setenta y ochenta, en sintonía con la apertura de numerosos macromuseos dedicados al arte moderno y contemporáneo son un fiel reflejo de esta realidad socioeconómica en aparente gran expansión. Esta dinámica, de arriesgada apuesta económica, por aquellos artistas que practicaban un arte rompedor e innovador a su tiempo, se ha ido afianzando cada vez más sólidamente a lo largo del transcurrir de los tres últimos siglos XIX, XX y XXI, pero lo significativo de esta evolución es que no siempre fue así, al menos en lo que a su naturaleza financiera especulativa se refiere.

Así si nos remontamos al coleccionismo de los inicios de la irrupción del arte moderno, con el movimiento vanguardista de los primeros Impresionistas a finales del siglo XIX, podemos observar, tal y como apunta Nuria Peist, la primera peculiaridad significativa es que “en este primer coleccionismo la mayoría de los compradores del comienzo pertenecían a la misma clase social que los propios artistas, y los promovieron no solo con sus adquisiciones sino con un apoyo ideológico y una militancia activa... es decir, la defensa estaba motivada por fuertes intereses comunes, tanto ideológicos como estéticos” (Peist, 2012: 110).

Resulta muy significativo este compromiso *ideológico y estético* que se describe por parte de estos primeros coleccionistas del Impresionismo, sobre todo porque parece carente de motivaciones especulativas, para representar un tipo de inversor coleccionista en arte, motivado por razones de afinidad estética o altamente idealistas. Podemos afirmar que será entonces, sobre la segunda mitad del siglo XIX, cuando se afianza un tipo de coleccionismo comprometido, propio de

una pequeña o mediana burguesía pujante, que decide apostar por esos artistas de vanguardia que encuentran en ellos una afinidad social, estética e ideológica.

Resaltando que una de las características de este tipo de coleccionismo fue la pertenencia del artista y del coleccionista a una misma clase social (Peist, 2012: 111). Este apoyo de los primeros coleccionistas en el proceso de legitimación de los artistas de vanguardia, suponía una acción mucho más ambiciosa y relevante socialmente que la mera intención lucrativa de la especulación de los nuevos talentos descubiertos para su revaloración futura. Por el contrario se encontraba inmersa dentro de una propuesta sociocultural profunda que trataba de otorgar la legitimidad que le correspondía a un arte innovador en su momento, frente a las propuestas anquilosadas en la tradición academicistas.

Tal y como describe Peist, esta actitud militante activa y “el compromiso con la difusión del arte contemporáneo colocan a estos primeros coleccionistas en el centro mismo de la vanguardia y permiten considerar la idea de que no se trataban tan solo de acumuladores de obras de arte moderno, sino que ellos mismos eran parte activa de la propia modernidad” (Peist, 2012: 115). Así los criterios para realizar las inversiones en la compra de las obras no estaban basados en un *valor de cambio*, en vista a la revaloración posteriores que podrían alcanzar las obras, sino que por el contrario, se trataba más bien de conformar una estructura de apoyo mutuo, en donde estas nuevas propuestas pudieran ser difundidas antes de poder dar el salto, para ser legitimadas en espacios sociales reconocidos. Por lo que se puede afirmar que en estos inicios de la inversión en el arte moderno, tanto los coleccionistas como los propios artistas estaban comprometidos recíprocamente a favor de legitimizar el desarrollo de un nuevo movimiento ideológico y estético, un movimiento en el que todos ellos estaban directamente implicados en el mismo. Esta tendencia excepcional irá transformándose radicalmente conforme avanza la primera mitad del siglo XX.

Conforme comienza a consolidarse y organizarse el complejo sistema del arte moderno, los responsables de legitimar las obras, artistas y movimientos empiezan a ocupar posiciones cada vez más estables y definidas, y a ellos acuden aquellos que buscan consejo para decidir sobre cuales artistas, o tendencias, es más

aconsejable invertir sus fortunas, ya fuera con motivaciones especulativas a posteriori, o como modo de destacar socialmente por la distinción otorgada por la valiosa obra. En *L'identità smarrita*³¹, Luisa Leonini hace un recorrido describiendo la hipótesis de las necesidades y motivaciones que pueden estar detrás de todo buen coleccionista de arte. Según la autora italiana, este coleccionista auténtico, a diferencia de aquellos que adquieren obras como inversión financiera, pueden ser clasificados dentro de algunas de las siguientes categorías. Para Leonini el ya citado *deseo de poseer* ocuparía una primera posición predominante en las motivaciones primigenias.

El coleccionista puede llegar a ser muy celoso de su colección, e incluso que ni siquiera disfrute mostrándola, de modo que no es demasiado inusual que la pueda tener bajo una segura protección en los fondos de un banco o en el interior de una caja de alta seguridad. Por otro lado, la autora cita *la necesidad de ponerse a prueba* de los coleccionistas de arte como otro factor relevante. Pues considera que aumentar, perfeccionar o completar la colección pueden ser las grandes preocupaciones de un coleccionista (Vettese, 2002: 27). La asidua lectura de las revistas del sector, las visitas frecuentes a espacios expositivos, a los mercados, a las galerías y a las subastas, el meditar continuo respecto a aquello que ya se posee y a aquello que aun falta en la propia colección son más que algunos de los rasgos más frecuentes del coleccionista más obstinado. A los ojos de la autora, justificaría la elevada inversión económica y emocional que está en la base de toda relación entre obra y coleccionista. Por último trataremos la peculiar *necesidad de tener el mundo bajo control*. Según Leonini, para el coleccionista el objeto es realmente relevante en la medida en que forma parte de un conjunto mayor, tiene sentido completo al ingresar dentro de una serie superior. Ordenar y clasificar las obras es una forma de adquirir un dominio personal sobre el mundo. Concluyendo que en la base del coleccionista pueden existir, una serie de articulaciones motivacionales

³¹ L'identità smarrita: il ruolo degli oggetti nella vita quotidiana. (Luisa Leonini.-Bologna: Il Mulino, 1988). En la publicación de Leonini se hace un recorrido basado en la hipótesis conceptual de la colección como un producto identitario del propio coleccionista, indagando en las motivaciones psicosociales en la gran mayoría de los grandes coleccionistas.

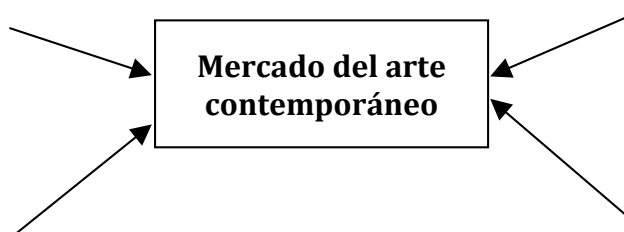
muy complejas, que en cierto modo están estrechamente ligadas las unas a las otras (Vettese, 2002: 27).

3. Revisión histórica de los factores económicos influyentes

Históricamente, la gran explosión del coleccionismo como inversión empresarial se atribuye a una legislación en los Estados Unidos y Japón, especialmente favorable con los inversores, pues permite descontar de los impuestos buena parte del dinero invertido en la adquisición de arte. Así desde comienzos de los años ochenta se dio en América el caso de numerosas adquisiciones de obras de arte por parte de compradores particulares con la motivación principal de invertir sus ganancias financieras (Vettese, 2002: 216). En cambio, a comienzos de los años setenta, la economía mundial empezó a tambalearse bajo el importante peso de la crisis del petróleo, y será en el año de 1974 cuando el mercado del arte contemporáneo se hundió completamente resentido por los efectos de la mayor depresión económica sufrida desde el inicio de la segunda guerra mundial. Tal crisis económica, bloqueó casi por completo la totalidad de las adquisiciones de las obras de arte contemporáneo, afectando de forma decisiva a la producción de las mismas, la distribución, e incluso la propia concepción funcional de la obra de arte (Vettese, 2002: 221).

Como vemos los distintos acontecimientos financieros y diversos factores legislativos-fiscales han influido de forma decisiva en el recorrido del arte y su mercado, a lo largo de toda su evolución histórica. Podríamos señalar como variables fundamentales, que han influido en la evolución del mercado del arte, acontecimientos financieros, factores legislativos/fiscales, socioculturales y variables macroeconómicas internacionales (Vettese, 2002: 216).

Elaboración propia. Fuente: *Invertir en Arte* (Vettese, 2002)



Factores Socioculturales

Factores legislativos y fiscales

contecimientos financieros y diversos factores han podido ser decisivos en determinados momentos históricos, juntos a estos elementos, es fundamental tener en cuenta la estrecha relación del mercado del arte con las oscilaciones macroeconómicas internacionales. Sigamos pues las etapas de este recorrido global en paralelo. Relación del mundo del arte y la evolución macroeconómica del mercado internacional, desde inicios de los años setenta hasta los albores del nuevo siglo:

AÑO	FACTORES ECONOMICOS Y FINANCIEROS	EVOLUCION DEL MERCADO DEL ARTE	MOVIMIENTOS ARTISTICOS
1970	1973: Crisis energética. Inflación de dos cifras. Estagflación	Caída del mercado	Crecimiento del arte conceptual
1980	Inicio de la economía de Reagan 1982: recesión en Estados Unidos Disminución de la inflación 1983: Desarrollo económico	Primeros signos de resurgimiento del Mercado. 1981-1982: leve descenso	Movimiento neoespresionista: transvanguardia, neosalvajes alemanes. Éxito del graffiti y East Village
1984-1987	Boom de la bolsa Octubre 1987: Caída de Wall Street	1984: nuevo boom 1988-1989: grandes récords en las subastas	Simulacionistas y neogeo Resurgimiento del arte conceptual
1990	Primeros signos de recesión americana 16 de enero de 1991: inicio de la guerra del Golfo 1 de marzo: fin de la guerra del Golfo	Primavera 1990: inicio del descenso Disminucion de 20-30 % sobre todo del arte de vanguard	Multiculturalismo

1992	Recesión mundial. Victoria de los demócratas en EEUU. Presidencia de Clinton	Continúa el descenso del mercado	Post Human. Temática de la corporeidad Resurgimiento de temas de compromiso político
1993	Récord de bolsa en Wall Street	Nuevos récords Postimpresionismo	
1994	Continúa la tendencia alcista en Wall Street	Recuperación en los Estados Unidos	
1997 1997	Disminución del coste del dinero Crisis de la bolsa asiática Caída de Wall Street	Nuevos importantes récords en la subasta de la colección Ganz	-Documenta X: récord con 600.000 visitantes -Bienal de Johannesburgo -Bienal de la Habana -Bienal de Lyon -Máxima concentración de grandes exposiciones del siglo XX
1998	Crisis de la bolsa brasileña, devaluación del real La reserva federal disminuye la tasa de descuento	Nueva periodización de Christie's. Expansión del arte contemporáneo	La exposición Sensation cierra el ciclo de valoración de la temática de la corporeidad y encabeza el éxito de los YBA, jóvenes artistas ingleses
1999	Continúa la expansión económica americana. Nuevo récord de Wall Street. Unión monetaria europea		Harald Szeeman, comisario de la Bienal de Venecia Entrada masiva del arte de China y otros países asiáticos

Datos extraídos de la publicación, *Invertir en Arte*. (Vettese, 2002: 222)

Extracto de la TABLA 5.1.

A continuación se realizará una descripción de la evolución del mercado y los factores económicos y su repercusión sobre los distintos movimientos artísticos y viceversa. Tras una relevante crisis energética en los inicios de los años setenta, a mediados de dichos tumultuosos años, se registraron unas primeras leves señales de cambio en la tendencia económica mundial. Pero será en el año de 1976, cuando una leve inflexión turbó todavía el mercado del arte por última vez en esa década, precisamente un poco antes de que la elección de Ronald Reagan como presidente de los EE.UU. favoreciese una estabilidad de la política estadounidense y se iniciase un proceso de distensión internacional y de florecimiento económico sin precedentes en el mercado del arte internacional. En los años anteriores al 1975 las cotas de retroceso de los precios de los artistas americanos habían superado el 50%, y sus obras seguían quedando sin vender (Vettese, 2002: 224).

Una consecuencia fundamental fue que muchas de las galerías de arte, se vieron obligadas a cerrar rápidamente, una influencia todavía más negativa sobre los precios de las obras, ya que muchos de los galeristas con dificultades económicas trataron de vender las obras a precios muy reducidos.

Ya a principios de los años ochenta se asistirá a los primeros signos de recuperación económica de lo que sería la extraordinaria trayectoria de la segunda mitad de la década. Favoreciendo el florecimiento del nuevo mercado del arte en Estados Unidos, el cual se desarrolló ampliamente con un nuevo rasgo fundamental para nuestro estudio. Si anteriormente los creadores que llegaban a altas cotizaciones en el mercado, eran artistas ya consagrados, legitimados por los grandes expertos del mundo del arte, por vez primera durante los años ochenta también empezaron a alcanzar altas cotizaciones de mercado artistas jóvenes con un curriculum todavía breve y críticas expertas muy dispares. Tras los grandes festejos de los años ochenta, la primera señal de contención económica efectiva, se haría notar a comienzos de 1990. La inflexión de los primeros años noventa fue una consecuencia natural de la marcha de la macroeconomía global. En los siguientes años noventa se asistió a una gran recuperación de la economía mundial, lo que unido a una disminución de la inflación y a una constante reducción del coste del dinero, propició una excepcional recuperación de la bolsa.

Esta a su vez, se reflejó de forma directa sobre el gran impulso del mercado del arte, quizás también motivado en parte, por la aparición de toda una nueva generación de galerías y coleccionistas.

Para cerrar este breve recorrido por la evolución del mercado del arte y los factores económicos globales, se deben hacer algunas consideraciones. Ante todo, según la autora Angela Vettese “ha de excluirse que el arte contemporáneo haya de considerarse un bien refugio para los momentos de inflación. En segundo lugar, la correlación entre el mercado bursátil y el del arte es muy evidente, sea en sentido negativo o positivo: la evolución de la economía en función de la bolsa tiende a reflejarse sobre los cambios de obras de arte” (Vettese, 2002: 227). Los cambios de la macroeconomía no condicionan solamente el mercado del arte a través de la mayor o menor disponibilidad de dinero de los potenciales compradores, sino también, indirectamente, a través de los cambios sociales e históricos. Así como a comienzos de los años setenta el arte sintió la amenazadora crisis y el imprevisible cambio del cuadro geopolítico, optó bajo diversas formas de modificar sus conductas, estéticas y mercantiles, para desarrollar un contacto directo con las realidades latentes del momento.

4. La tasación mercantil frente a la valoración artística de la obra

La cuestión primordial repetida numerosas veces en este ámbito se refiere a si podría medirse el valor estético, como el precio, en una escala única universal. Frente a la opinión generalizada, influida por los mensajes provenientes de los medios de comunicación; el valor de mercado de una obra y el valor artístico de la misma pueden ser dos valores que se unen legitimándose el uno al otro. Siguiendo esta lógica, el hecho de que una obra de arte cueste diez millones de euros, está justificado por poseer un halo de pieza extraordinaria, o más bien, podría ser su aura extraordinaria un resultado directo de su desorbitado precio.

La razones de estos posibles desequilibrios deben buscarse en algunos factores como la rareza de las obras o, por el contrario, la excesiva producción de un artista, la capacidad para encontrar el apoyo de marchantes potentes, capaces de crear una red internacional de apoyos o la acogida entusiasta por parte de un público pudiente.

Según Angela Vettese, En la relación entre el precio y la importancia artística de una obra pueden existir anomalías graves, pero raramente existe una completa desunión (Vettese, 2002: 18). En líneas generales, una de las incoherencias que han afligido al mundo del arte en los años de su gran desarrollo, y quizás hasta nuestra actualidad, se trata de la adoración indiscriminada de la etiqueta, de la firma, del nombre-marca, prescindiendo de la bondad de las obras. También es cierto que no siempre los precios de las obras son directamente proporcionales a la calidad de un artista, y menos aún están relacionados de forma directa con su importancia histórica o el éxito crítico del mismo. Los objetos artísticos son puros símbolos de cambio, su valor se basa fundamentalmente en la opinión de los agentes del arte.

Faltos de un empleo práctico o funcional, el poder de su valor de cambio viene dado por su carga estético-artística que se encuentra sustentada por el precio que la obra adquiere en su compra-venta en el mercado.

En buena parte la situación vivida en el mundo del arte en estas últimas décadas, fue ya anticipada por el filósofo Carl Marx a finales del siglo XIX; “Las obras de arte, que representan el nivel más elevado de producción espiritual, serán, acogidas favorablemente por la burguesía únicamente si hay posibilidades de que le generen directamente una riqueza material”.

Más allá de los grandes beneficios materiales que puede generar la compra-venta, el arte posee cualidades aún mucho más poderosas y atractivas para esta alta burguesía internacional que las que el propio Carl Marx sospechaba. Así pues parece que los verdaderos protagonistas del ámbito del arte son, por un lado, los grandes coleccionistas privados, por el otro, los marchantes y especialistas de las casas de subastas. Al interrogar a estos agentes sobre la cuestión de ¿cual es el verdadero valor de una obra de arte? los coleccionistas suelen aferrarse a la ya tan manida argumentación de que el valor de las obras corresponde al precio que alguien esté dispuesto a pagar por ellas.

Mientras que otra repetida explicación de los valores de las obras, suele apuntar más, hacia otras motivaciones de compra que mueven a muchos de los coleccionistas a invertir parte de sus fortunas en la adquisición de obras de arte. Según el experto en arte y economista Don Thompson, para algunos de estos coleccionistas el *verdadero* valor de una obra está más relacionado con la capacidad de distinción social que otorgue a su comprador que con cualquier otra variable. En numerosas ocasiones comprar las últimas creaciones, a los precios más caros posibles, independientemente de su calidad artística, supone una dinámica practicada por algunos millonarios para obtener como recompensa social: la distinción de clase, por encima de sus semejantes, la autopromoción publicitaria en medios, cierta legitimidad en el mundo del arte, el glamour del buen gusto o la aceptación dentro de un exclusivo círculo cultural (Thompson, 2010: 14). Así parece, que las obras de arte, no solo se han convertido en una posible buena inversión para especuladores, sino que también pueden ofrecer un suculento alimento para el esnobismo social.

Ambas visiones, tanto la liberalista que se ciñe a las leyes de la oferta y la demanda, cómo aquellas que destacan la valiosa capacidad que posee el arte para otorgar distinción sociocultural, corresponden a ámbitos, que en un principio consideraríamos, totalmente ajenos a la propia naturaleza estética del arte. Corre el riesgo de que la comercialización del mundo artístico termine por relegar las obras de arte al rango de mercancías, degradando a los críticos al de meros agentes propagandísticos, e incluso a los artistas al rango de asalariados. Ninguna de estas visiones trasciende los ámbitos del propio sector del mercado del arte, pues las motivaciones no se diferencian lo más mínimo de la compra de cualquier otro artículo de lujo que transfiera valores añadidos socialmente a sus propietarios. Mientras que al mismo tiempo las consecuencias sociales de sus adquisiciones o el altísimo importe pagados por los mismos, no legitiman por sí solos, el valor artístico de las obras, desde una perspectiva histórica. Según Don Thompson, qué se considera obras de arte contemporáneo de valor, viene determinado principalmente por los grandes marchantes, seguido por la influencia de las casas de subastas de marca, tímidamente por los especialistas de los grandes museos internacionales que albergan exposiciones especiales, y finalmente, muy levemente por los críticos de arte (Thompson, 2010: 36).

Tras esta exposición de planteamientos, Thompson viene a señalar que los exaltados precios de algunas obras alcanzados en los últimos años noventa y principios del siglo XXI, fueron creaciones producto de la manufacturación de los marchantes de marca que promocionaron encumbrando a unos artistas determinados, apoyados en las estrategias del brillante marketing empleado por las grandes casas de subastas. Entre ellos el paradigmático, Damien Hirst, que debido a su perfil y dotes mediáticas, logró autopromocionarse por sí mismo consiguiendo récords de ventas para muchas de sus creaciones.

Según Thompson no debería haber relación directa alguna entre la calidad de los artistas y los precios que puntualmente alcanzan algunas de sus obras. Pues no han sido pocas las obras, cuyas evaluaciones sobre la calidad de la misma eran muy divergentes, y que se han saldado con la fulminación de todos los récords de venta, debido en parte, a la comprometida mezcla de ego y competitividad que se genera en las salas de las grandes subastas.

Del mismo modo, una pintura a subasta cuyos propietarios previos son considerados notorios, o que proceda de un museo importante, tiene un valor de partida cinco veces más alto que otra obra que carezca de estas características, rasgos puramente ajenos a los aspectos artístico-estético de las obras (Thompson, 2010: 72). Estas conductas de valoración, son consecuencia directa del relativismo cultural dominante desde finales de siglo XX, el cual ha propiciado socialmente, la eliminación de las distinciones de valoración artístico-estéticas entre los diferentes tipos de obra. Con la disminución del papel que desempeña la crítica experta en la valoración estética del arte, las obras se describen en base a datos biográficos relativos a quien es el mayor coleccionista de dicho artista o en los precios recientes alcanzados en subasta.

A medida que estas dinámicas de valoración de las obras se suceden y se convierten en procesos cada vez más habituales, sumado al hecho de que cada vez las regulaciones y ventajas financieras estatales aumentan de complejidad, el sistema del mercado del arte viene ya planteando, desde hace tiempo, a sus agentes profesionales, el interrogante de si la experiencia en el sector propio del arte es ya menos valiosa y necesaria, que las habilidades y conocimientos como inversores financieros.

Según relata Thompson, el antiguo director de ventas privadas de la casa de subastas Christie's y posteriormente marchante de arte en la ciudad de Nueva York, Dominique Levy asegura que en el pasado, los especialistas tenían que aprender su oficio, debían saber realmente cómo evaluar cualitativamente la obra y ponderar su valor económicamente en el mercado del arte actual (Thompson, 2010: 139). Mientras que en los primeros años del presente siglo, a estos mismos especialistas se les exige estar más familiarizados con las garantías de las aseguradoras, las condiciones e intereses financieros de las entidades bancarias, los tipos de interés y el coste de cada segmento de una campaña de marketing que con las propias características de la valoración artística cualitativa (Thompson, 2010: 139). Dando por sentado que el valor de una obra de arte determinada hace ya tiempo, que no está en modo alguno relacionado de forma directa con la habilidad o el tiempo necesario para producirla, se está estableciendo en la actualidad una presunción compartida de que la valoración de las obras en el

mercado, están siendo altamente influenciadas por las grandes subastas y las ferias de arte internacionales que se convierten en magnánimos eventos, en donde se mezclan rasgos del show del entretenimiento mediático y la exhibición pública de las clases más poderosas de la sociedad. Siguiendo esta misma línea crítica con el panorama artístico actual, el reputado crítico de arte, Jerry Saltz³² afirmó que “el mercado de arte es una tormenta perfecta de palabrería, interpretaciones sesgadas y especulación, una combinación de mercado de esclavos, parque de bolsa, discoteca, teatro y burdel, donde una casta cerrada y cada vez más numerosa celebra unos rituales en los que los códigos de consumo y distinción se manipulan a la vista de todos” (Thompson, 2010: 273). Siendo significativo que la organización de una exposición antológica de un artista actual en un gran museo, pueda ser un hecho cardinal en su carrera, vender por un precio formidable una obra en una subasta, puede llegar a ser, un hecho todavía más trascendente para el resto de su carrera.

Así pues, a pesar de las palabras de Don Thompson, que determina que en lo tocante al arte moderno y contemporáneo, “el mercado representa un factor de pronóstico futuro sobre la trayectoria profesional de los artistas, mucho más indicativo y certero que la opinión de la crítica” (Thompson, 2010: 258), resulta muy necesario subrayar en este aspecto, que ninguna galería, casa de subastas o coleccionista, por si solos, por muy potentes que sean económicamente, o muy bien relacionados que estén con la crítica o los expertos, pueden encumbrar por si mismos a un artista, y crearle un mercado de éxito que pretenda permanecer mínimamente en el tiempo. Estos necesitaran de un consenso, mas o menos mayoritario, en todos los sectores representativos del mundo del arte, aunando fuerzas convergentes si pretenden hacer prevalecer una puja en un tiempo medianamente prolongado, pues de lo contrario es cuestión de tiempo que la apuesta acabe por disolverse en el inmenso océano de propuesta creativas actuales que surgen y desaparecen.

³² Jerry Saltz (nacido el 19 de febrero de 1951) es crítico de arte estadounidense. Desde 2006 , ha sido crítico de arte senior y columnista de la revista *New York magazine*. Anteriormente fue crítico de arte senior de *The Village Voice*. Nominado para el Premio Pulitzer en Crítica tres veces. También ha sido crítico docente invitado en la Escuela de Artes Visuales de la Universidad de Columbia, la Universidad de Yale, y la Escuela del Instituto de Arte de Chicago y el Programa de Residencia Estudio de Nueva York, y fue el único asesor para la Bienal Whitney de 1995.

5. ¿Cómo determinar el valor económico de una obra de arte?

En un atípico mercado, como es el del arte contemporáneo, en el que la información sobre obras y autores no es demasiado abundante, y no siempre fidedigna, una regla bastante extendida en ciertos ámbitos es, que el nivel alcanzado por los precios de venta de las obras, es el factor más indicativo y preciso de la reputación del artista y el estatus del marchante que lo representa. Pero a su vez la cuestión pertinente sería ¿cómo son determinados dichos precios previamente? Y un punto de partida posible, a la hora de determinar el precio de la obra de un nuevo artista relativamente desconocido, sería la reputación y prestigio de su representante (Thompson, 2010: 230). Como estos precios iniciales de la carrera del artista pueden llegar a ser reflejos casi exclusivos de la reputación del propio marchante, un marchante con cierto nombre en el sector, puede llegar a multiplicar notablemente los niveles de precios de las obras. En cambio, cuando el artista llega alcanzar un cierto reconocimiento en la esfera del arte, el precio de su obra suele basarse en la trayectoria profesional del propio creador. Las publicaciones, los premios, las exposiciones personales o colectivas u otras formas de reconocimiento dentro del mundo del arte incrementan el ritmo en la escalada de precios.

¿Qué ocurre cuando la trayectoria profesional del artista o del representante son inciertas? ¿el juicio sobre la relevancia o la calidad de la obra son igualmente problemáticas? En estos casos no demasiado infrecuentes, los niveles de precios se establecen de acuerdo a características a priori, pretendidamente objetivas e imparciales, tales como el medio y las técnicas empleadas o el tamaño de la obra, así como el estilo o la corriente a la que pertenece la misma. De esta manera, se pretende transmitir una cierta confianza al comprador sobre los precios pagados pues se basan en dichos criterios supuestamente ecuanímenes. (Thompson, 2010: 230) Según la asesora de arte Diana Moreinis, evaluadora de arte de Sotheby's y Christie's, en Nueva York, para determinar este valor monetario, es preciso realizar un investigación exhaustiva de los mercados del arte actual, lo cual incluye las ventas de las subastas, galerías, marchantes y mercados privados.

Y teniendo en consideración numerosos elementos distintivos de la obra, como el artista creador, el medio empleado, tamaño y condición de la obra, estilo al que pertenece, fecha de realización, historia de la pieza, el tema de inspiración o representado en la obra, crítica experta recibida y/o literatura artística relacionada, previsiones futuras de revalorización, la rareza y la novedad de la misma. Tratando de esquematizándolo en sencillos puntos fundamentales, podríamos representarlo en el siguiente listado.

Los doce elementos decisivos en la valoración de una obra:

- El autor y la escuela o movimiento al que pertenece.
- El medio y la técnica utilizada para la realización.
- Materiales con los que se ha creado la obra.
- Tamaño y estado de conservación.
- Estilo artístico o corriente estilística.
- Antigüedad de la obra o fecha de creación de la misma.
- Valor cultural y social asociado al objeto.
- Temática o inspiración representada.
- Unicidad de la obra, ¿hay más de una copia en el mercado?
- Críticas que expertos o tasadores del sector hagan de la obra.
- Previsiones, ¿puede revalorizarse o depreciarse la obra en el futuro?
- La rareza y la novedad de la misma.

A continuación se tratará de profundizar más detenidamente en los factores más relevantes y decisivos del anterior listado:

-El autor, creador o artista. El recorrido profesional del artista supone el elemento principal a la hora de determinar el valor de una obra. Primeramente se revisa su trayectoria de ventas y se emplean obras similares que se usan como referencias, para su valoración de mercado. Dependiendo de la categoría de artista a la que nos estemos enfrentando los precios pueden variar de forma sustancial. Entre los nuevos artistas emergentes, aquellos ya establecidos, y los artistas que ya han alcanzado una cierta fama o reconocimiento internacional.

Normalmente los emergentes al no ser demasiado conocidos todavía, tienen un precio reducido, que es establecido usualmente por la galería que lo exhibe en sintonía con el propio artista. Los artistas ya establecidos, relativamente conocidos, venden en sus galerías, a través de marchantes y en ciertos casos, también en casas de subastas. Estos artistas, tienen precios más altos y tienen un relativo mercado secundario, es decir que los precios son susceptibles de variaciones significativas, dependientes de quienes sean los que venden y compran sus obras. En una casa de subastas, por ejemplo, las obras pueden alcanzar precios mucho más altos o mucho más bajos que los establecidos regularmente en una de sus galerías. Los artistas más reconocidos y famosos, son aquellos de obras más costosas, ya que muchos de ellos no están en vida y hay contadas obras disponibles; los precios pueden sufrir enormes variaciones, ya que la mayoría de sus ventas provienen del mercado secundario y difieren radicalmente según a la obra a la que nos refiramos.

La trayectoria profesional del artista es sumamente importante a la hora de determinar el precio final de sus obras. Es crucial dónde y con quién estudió, y si ha ganado algún premio o beca importante durante su carrera. Los que han exhibido en museos conocidos y en galerías relevantes tienen precios más altos que los que no han estado tan expuestos al público. Las exhibiciones individuales, son todavía más importantes en la valoración del creador que las colectivas y las retrospectivas en museos, son las más significativas para la trayectoria de un artista. También resulta vital para determinar la valía de la obra en el mercado, quién es el agente que representa dicho artista, pues existen infinidad de diferentes categorías de galerías, aquellas que representan a los artistas que alcanzan a ser más reconocidos, invierten en campañas promocionales y ponen precios algo más altos desde sus inicios. Poniendo a continuación el foco en la valoración de la obra en sí misma:

-La temática de la obra. Son numerosos los artistas conocidos por una temática principalmente y las obras de ese tema son las más reconocidas, cotizadas y más caras. Muchos coleccionistas, quieren obras icónicas en las que se reconozca de forma evidente quién es el artista creador de la obra.

También existen algunas temáticas consideradas difíciles de comercializar y por tanto tienen un precio cuantitativamente inferior a otras:

-La autenticidad. Una obra puede resultar brillante, y casi exacta a otra, pero si se trata de una copia o falsificación, puede no valer casi nada. Cuando estamos hablando de arte contemporáneo, y el artista no ha fallecido, puede resultar mucho más fácil comprobar la autenticidad, pero cuando el artista ya ha fallecido, es necesario consultar con expertos o compañeros de generación y familiares para que den legitimidad a dichas obras susceptibles de ser copias, falsificaciones o plagios.

-El medio y la técnica utilizada. Por regla general, y aunque no sea un axioma nada concluyente, una obra al óleo sobre lienzo puede resultar de mayor valor que una obra sobre papel del mismo artista. Los óleos toman más tiempo en pintarse y son mucho más perdurables en el tiempo. Obras en papel son delicadas y requieren de mayores cuidados constantes. Asimismo las piezas únicas suelen ser más costosas que los grabados, ya que de éstos suelen existir múltiples ediciones.

-La procedencia de la pieza. Se trata de la historia de la pieza, desde la creación hasta los diferentes y últimos propietarios de una obra; quién la ha comprado y vendido, dónde ha sido exhibida, en qué publicaciones ha salido, etc. Frecuentemente, detrás de los cuadros se encuentran etiquetas de estos lugares y, generalmente, el vendedor debe tener esta información. Esto ayuda a determinar la autenticidad de la obra y también afecta mucho el precio si la obra ha pertenecido a figuras relevantes.

-El estilo artístico o corriente estilística. Un destacado artista suele tener un estilo propio que lo distingue entre todos los otros creadores. También si un artista es famoso por un estilo, como podría ser Pablo Picasso con el Cubismo, el paisaje realista que hizo de más joven no suele tener el mismo valor que sus obras más representativas del Cubismo.

-El estado y la condición de la obra. Una pieza dañada siempre vale menos que una parecida en perfectas condiciones. Las obras en papel son las que más fácil se

dañan; en ambientes húmedos adquieren manchas de moho y hongos que son difíciles de eliminar. La luz del sol directo también destiñe y daña el arte. Si una obra ha sido restaurada es importante que se haya hecho de forma apropiada para que no se haya alterado su apariencia original.

-El tamaño. Las obras más grandes suelen valer significativamente más que las obras más reducidas de tamaño. Aunque bien es cierto que si la obra es muy grande, tanto que no puede ser expuesta dentro de las dimensiones habituales de una vivienda estándar, podría ser algo más difícil venderla, a no ser que el público objetivo de venta no sean coleccionistas privados, sino instituciones públicas para exhibir las obras en museos y galerías.

-La antigüedad de la obra o fecha de creación. Cada artista suele tener una o dos épocas en su vida donde ha realizado sus mejores obras. Las piezas de esas fechas llevan inherentes un precio más alto ya que son las más cotizadas.

-La rareza y la novedad de la misma. Hay obras poco comunes y eso agrega un valor adicional. Cuanto menos obras existan de algún artista, que posea altas cotizaciones, más caras resultarán dichas obras, además que habrá compradores capaces de ofrecer mucho más de lo que realmente podrían valer alzando todavía más sus precios.

6. Principios del Marketing aplicados en la esfera del Arte.

6.1 El producto y su ciclo de vida

Un principio básico del marketing describe el proceso del ciclo de vida de un producto, considerando que cualquier producto tiene un ciclo de vida, análogamente al ciclo vital de los seres vivos, lo que supone un nacimiento, un desarrollo, y un final. Según Vettese, el concepto mercadotécnico de *ciclo de vida de un producto*, es aplicable al proceso de adquisición de celebridad de un artista. Desde una primera fase creativa en el transcurso de su existencia, a la creación, o incorporación a, movimientos artísticos, hasta alcanzar un relativo gusto colectivo, el éxito de sus cotizaciones o la aprobación por parte de la crítica experta (Vettese, 2002: 249).

La historiadora del arte italiana, describe este proceso empleado en el marketing con cuatro fases fundamentales. La primera, la introducción del producto en el mercado y su promoción; el segundo estado designa el crecimiento del producto en el mercado, cuando la demanda aumenta de forma más amplia; el tercer estado es el de la madurez, cuando la demanda alcanza el máximo nivel porque ha saturado todos los potenciales compradores; en este momento entran en el mercado productos competitivos análogos que ofrecen ventajas. Será en una última fase, cuando se produce el declinar del producto, y las ventas continúan descendiendo más o menos rápidamente hasta, en muchos casos anularse. (Vettese, 2002: 250) Según la autora italiana, si aplicásemos este modelo al mundo del arte, advertiríamos que se adapta a la perfección a la sucesión de los movimientos artísticos. Si examinásemos, en particular, los últimos cincuenta años veremos una sucesión de movimientos primarios con una duración de entre diez y quince años aproximadamente, y de movimientos secundarios en paralelo de una duración media de unos dos a tres años. Analizando las dinámicas artísticas de la segunda mitad del siglo, podemos comprobar como, mientras que las múltiples tendencias aparecen y alcanzan su apogeo en el mundo del arte, nuevas fuerzas creativas se oponen frontalmente a ellas, emprendiendo un nuevo ciclo de vida y empujando a la desaparición de las tendencias precedentes.

En la actualidad una característica fundamental que debe subrayarse es que los ciclos de vida de estos movimientos son cada vez más radicalmente breves. Algunos incluso naciendo, propagándose y muriendo en el transcurso de dos escasas temporadas artísticas. Del mismo modo en el caso específico del éxito o legitimación de la figura de los artistas, considerados de forma individual, acorde a la visión de Vettesse, tienen su ciclo vital semejante a cualquier otro producto del mercado.

En dicho ciclo vital seccionado en cuatro etapas, podemos vislumbrar ciertas correspondencias significativas con los cuatro estados de la carrera individual del artista descrita por Alan Bowness en su teoría sobre los cuatro círculos de reconocimiento (Vettesse, 2002: 253). De este modo las diferentes curvas de legitimación, o celebridad de un artista de forma individual, puede asumir perfiles como *ciclos de vida* muy diversos del estándar, mucho más frecuentemente de lo que le sucede a los grupos o tendencias generacionales de naturaleza más estable y compacta. Esta variedad de curvas profesionales representativas del proceso legitimador del artista, puede asumir configuraciones gráficas parabólicas, semejantes a una estela meteórica, que comporta una subida muy rápida y acelerada, a la vez que una caída igual de rápida y repentina. Esto puede justificarse por la característica intrínseca del sistema del arte actual, el cual puja por un empeño innovador constante. Siendo de este modo, que la figura del artista contemporáneo es en cierto modo muy vulnerable a los súbitos entusiasmos de medios, coleccionistas o crítica, pero al mismo tiempo, a sus repentinos desencantos.

Las motivaciones de exaltación de un artista, así como la compra y venta de sus obras pueden abarcar un gran abanico de estimulaciones que tienen un impacto directo sobre el ciclo vital del artista, así como de su valoración global.

Existen numerosos coleccionistas, que son motivados a la compra con la intención explícita de la especulación financiera e invierten en obras de jóvenes con la esperanza de multiplicar la propia inversión a medio plazo.

Al mismo tiempo, existe una larga lista de compradores, que adquieren obras simplemente como pasión o divertimento, para decorar determinados espacios interiores o simplemente para apoyar a un determinado amigo artista. Del mismo modo que existen coleccionistas que participan activamente en el desarrollo de las tendencias artísticas frecuentando a sus protagonistas, y otros que solo se interesan intermitentemente por lo que sucede, una vez adquiridas las obras. Algunos no las vuelven a exponer, porque las almacenan, por el contrario otros, las exhiben como trofeos en sus domicilios particulares, así la suerte que corren las obras una vez insertas en los canales de distribución del arte puede ejercer una influencia sustancial sobre la evolución vital del creador de las mismas.

6.2 El valor de la Marca.

El concepto de grandes marcas comerciales se ha venido aplicando normalmente en relación a los productos distintivos del consumo de la globalización, para multinacionales como Nike, Apple o Mercedes. La notoriedad mediática de estas marcas otorga, al producto, y por ende al poseedor de los mismos, características intangibles como el buen gusto, el estilo, la personalidad o la calidad.

Este poder de transferencia cualitativa que poseen las grandes marcas, es el resultado de las experiencias que una compañía consigue crear gracias a los medios de comunicación y a unas técnicas de marketing efectivas con sus públicos objetivos. Las marcas que consiguen crear este vínculo con sus públicos, producen un valor añadido sobre sus productos, este valor a su vez, genera un sobreprecio legitimado sobre los mismos, este sobreprecio del producto es lo que el consumidor está dispuesto a pagar por un artículo de marca frente a un producto genérico con las mismas características (Thompson, 2010: 19). Ya en la esfera del arte contemporáneo, existen también determinados nombres-marca que pueden llegar a sustituir en la valoración de las obras con creces al propio juicio crítico experto. Del mismo modo, el valor de dichos nombres-marca en el arte tiene sin lugar a dudas, un efecto categórico sobre la asignación de precios en el mercado del arte.

Así, como hemos visto en la anterior sección cómo se determina el valor económico de una obra, paradójicamente con frecuencia el valor económico del arte tiene mucho más que ver con la marca del artista o del marchante, o incluso con la marca de la casa de subastas que con las propias características de las obras de arte (Thompson, 2010: 274). De este modo como no son numerosos los coleccionistas que entienden y conciben los códigos de valores que rigen los patrones del arte actual, la mayoría a la hora de invertir sus pequeñas fortunas, confían en valores aparentemente sólidos que transmiten algunos grandes nombres-marca del mundo del arte. Estos grandes y medianos coleccionistas, suelen ser clientes bastante habituales de los marchantes de marca, puján en las casas de subastas de marca y buscan artistas que de igual modo sean nombres-marca.

Según Thompson, “hasta que no se consigue una marca, no se es nadie en el mundo del arte contemporáneo” (Thompson, 2010: 18). Según esta lógica neoliberal aplicada al mundo del arte, hasta que un agente, bien sea artista, comisario o marchante, no consigue establecerse como un nombre-marca reconocible dentro del sistema, no se posee ningún grado de credibilidad o reconocimiento, es decir como afirma Thompson no se es nadie en la esfera del arte contemporáneo hasta que su nombre-marca esté establecido y sea reconocido dentro del sistema como tal. Grandes nombres como el MoMA, Guggenheim o Tate Modern, suponen del mismo modo importantes marcas internacionales de museos.

Cuando el MoMA exhibe la obra de un artista, transmite una marca establecida, legitimada y aprobada del mundo del arte, este valor añade al trabajo del artista un brillo especial que en el mundo del arte se viene a denominar como *procedencia* o *proveniencia*. Una obra que haya sido exhibida, o que forme parte de una colección, ya sea del MoMA, Guggenheim, Tate Modern, Pompidou, Thyssen-Bornemisza u otros grandes nombres museísticos globales, multiplican con creces el valor de la obra, especialmente por la legitimidad que adquiere tras el paso dado entre cualquiera de estas instituciones-marcas reconocidas internacionalmente. Del mismo modo ya en el ámbito del mercado privado, algunas galerías y marchantes de arte, como son la galería *Gagosian* de Larry Gagosian³³ distribuida en todo el globo, pero con su sede principal en Nueva York, o la galería *White Cube* de Jay Jopling³⁴ en Londres, espacio fundamental para la difusión de obras y artistas de la

³³ Lawrence Gilbert "Larry" Gagosian (nacido el 19 de abril de 1945) es un galerista, marchante y profesional del mundo del arte estadounidense que es dueño de la cadena de *Gagosian Gallery* de galerías internacionales de arte. Trabaja conjuntamente con los grandes coleccionistas de arte del mundo, entre los que se incluyen; Douglas S. Cramer, Eli Broad y Keith Barish. En la actualidad ha desarrollado una gran reputación en la esfera del arte por organizar grandes exposiciones de la calidad de los mejores museos del mundo.

³⁴ Jay Jopling (nacido en 1963) es un y galerista y comerciante de arte Inglés. En las últimas dos décadas se ha establecido a sí mismo como una figura clave en el mundo del arte y ha sido un agente fundamental en el reposicionamiento de la ciudad de Londres como centro de referencia internacional para el arte contemporáneo. Jay Jopling es hijo de Lord Jopling, político conservador que trabajó como Ministro de Agricultura en el gobierno conservador que dirigió el Reino Unido con Margaret Thatcher como primer ministro. Tras terminar sus estudios superiores de Master en 1984, Jopling se trasladó a la ciudad de Londres y comenzó a trabajar con los jóvenes artistas de su generación.

A finales de 1980, formó una importante amistad con el artista Damien Hirst. El cual ya había vendido previamente una serie de obras relevantes para el influyente coleccionista y especulador artístico, Charles Saatchi. Pero será Jopling quien permitirá al artista británico realizar proyectos

generación de los jóvenes artistas británicos (YBA), suponen también grandes marcas respetadas en la esfera artística que distinguen a sus artistas dotándolos de reconocimiento y legitimidad. A pesar que estos espacios doten de reconocimiento y legitimidad a sus artistas, pero quizás en una menor medida que los grandes museos internacionales. Pues dichos grandes espacios para el arte, pueden suponer verdaderas instancias de legitimación que otorgan un incuestionable valor a las obras y artistas, ya que pueden ser asociados junto a sus nombres-marcas internacionalmente reconocidas en el globo.

mucho más ambiciosos como la archifamosa escultura del tiburón: "*La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo*" y la más recientemente y polémica obra del cráneo de diamantes: "*Por el Amor de Dios*".

7. El éxito o fracaso relativos del mercado del arte actual.

El arte contemporáneo ha alcanzado su importancia actual en los mercados del arte, principalmente porque los ejemplares de mejor calidad pertenecientes a otras escuelas o periodos artísticos anteriores han ido poco a poco desapareciendo del mercado, y es muy poco probable que regresen a estar disponibles de nuevo en la reventa de un mercado de arte secundario.

Principalmente se trata de dos los factores que contribuyen al decreciente flujo de obras de arte pertenecientes a estilos anteriores, ya se traten de obras clásicas o impresionistas. El primero y más importante, es la gran proliferación internacional de las instituciones museísticas. Fomentado este proceso por dos causas fundamentales, por una lado, parece que toda ciudad que pretenda ser relativamente atrayente y competitiva en el sector turístico debe inaugurar entre sus instalaciones un gran museo dedicado al arte, mientras que al mismo tiempo la búsqueda de una celebridad inmortal de muchos coleccionistas les llevan a donar sus colecciones al completo a dichas instituciones.

El otro factor decisivo responsable de la escasez en el suministro de mercado de obras anteriores, es la expansión de las colecciones privadas en paralelo a la de las instituciones públicas museísticas. Durante los últimos años del siglo XX y primeros del XXI, el número de grandes coleccionistas adinerados se ha visto multiplicado. Y así, como ya hemos citado, numerosas de estas colecciones privadas acabarán en diversos museos en lugar de regresar a la reventa en el mercado secundario.

A pesar de estos factores fundamentales, se estima que se seguirán ofreciendo en el mercado secundario de arte, algunas obras impresionistas y de principios de siglo, pero a medida que los ejemplares más relevantes van situándose en las colecciones de los museos públicos y las colecciones privadas, la calidad media de las obras es tendente a ir declinando con el devenir del tiempo (Thompson, 2010: 70).

Debido a estas tendencias situacionales del mercado, es percibido que con el paso del tiempo el arte contemporáneo ha ido evolucionado y posicionándose hasta convertirse en el segmento de mayor actividad del mercado artístico internacional. A pesar de que no existen demasiadas dudas respecto al valor potencial de poseer y poder contemplar de forma privada una verdadera obra de arte, en el mercado de arte contemporáneo existe una cierta incertidumbre sobre la verdadera rentabilidad que pueden generar las adquisiciones de obras de arte actuales. Más allá de lo que declaran oficialmente algunas de las plataformas internacionales de análisis de índices y valores del mercado artístico actual. ¿Qué rentabilidad real puede ofrecerme el mercado del arte hoy? Es una pregunta frecuentemente repetida por los potenciales consumidores de arte contemporáneo.

Según los datos y observaciones aportados por los indicadores de las citadas plataformas de análisis del mercado artístico como *Artnet*³⁵, o las muy similares páginas webs, *Mei Moses*³⁶, los resultados apuntan hacia un rendimiento anual, del nada menos, que un 10% anual. Según estos, se trata de una verdadera suerte comparado con otras muchas inversiones bursátiles, porque según estas, además de los beneficios, inmediatos o potenciales, el propietario inversor puede disfrutar de la posesión del objeto artístico en sí, cosa que no sucede con las acciones, los bonos o los fondos de inversión.

Aunque no son pocos los expertos que se han manifestado en posiciones muy diversas, o incluso contrarias, a estas visiones tan optimistas sobre la inversión en arte como un negocio especulativo en alza.

³⁵ Artnet.com es una plataforma web centrada en el sector financiero del mercado del arte. Está operada por *Artnet Worldwide Corporation*, la cual tiene sede en la ciudad de Nueva York, pero curiosamente es propiedad de *Artnet AG*, una empresa pública alemana con sede en Berlín y que cotiza en la Bolsa de Valores de Frankfurt. En 2014 la compañía registró una pérdida de más de 3 millones de €, parte de la cual se debe a los costos y daños por los que fue condenada por un tribunal en Francia por infracción de derechos de autor y propiedad intelectual.

³⁶ Mei Moses es una página web que analiza los índices de valor financiero de las obras de arte. Es fundamentalmente utilizada como herramienta para estudiar la evolución histórica del arte como una posible inversión comercial. Los índices se desarrollan a partir de una base de datos de activos basados en las transacciones acontecidas en subastas recogidas en los últimos 20 años. Para medir el rendimiento relativo de estos índices se contrastan con otros datos tales como la renta variable, los bonos del gobierno en oro o los bienes raíces.

Así según un estudio del profesor John Merryman³⁷, menos del 1% de la totalidad de obras de arte producidas en el circuito profesional artístico norteamericano se consiguen revender alguna vez. Si se consideran los “aproximadamente 200.000 artistas que trabajan en los Estados Unidos, esto significa que no más de trescientos trabajan en el mercado secundario; además del 30% de esta circulación se realiza con obras de no más de 50 artistas” (Vettese, 2002: 91). En una línea muy similar se han manifestado los expertos analistas, Arthur Korteweg, Roman Kräussl y Patrick Verwijmeren, procedentes de las universidades de Stanford, Erasmus de Rotterdam y la Escuela de Finanzas de Luxemburgo, en su estudio publicado (documento íntegro adjunto en la sección anexos del estudio) en 2011 bajo el título; *Does it Pay to Invest in Art?*³⁸ (*¿Es rentable invertir en arte?*), los expertos desacreditan los propios cálculos de plataformas como las citadas; *Artnet* o *Mei Moses*, al considerar que estos activos se han sobreestimado y los riesgos se han despreciado ampliamente. Para poder llegar a estas conclusiones, han utilizado una gran muestra de unos 32.928 ejemplares de obras pictóricas que se vendieron y revendieron en el periodo situado entre el 1960 y el 2013. Aunque la principal asunción errónea del análisis reside en que los indicadores asumen que las pinturas que no se comercializan, tienen un rendimiento similar a las que sí lo hace.

Tras un periodo de análisis del mercado de más de 50 años, los investigadores señalan, como una de las conclusiones más significativas del estudio, que solamente aquellos agentes que revenden las obras obtienen beneficios, o lo que es lo mismo, que solamente revenden sus obras quienes saben, o suponen, que

³⁷ John Henry Merryman, experto en arte y propiedad cultural internacionalmente reconocido, ha recibido numerosos premios y distinciones internacionales, entre ellas la Orden del Mérito de la República Italiana y doctorados honorarios de Aix-en-Provence, Roma y Trieste. En 2004 el profesor Merryman recibió la Sociedad Americana del Premio a la Trayectoria de Derecho Comparado “por su contribución académica extraordinaria durante toda la vida al derecho comparado en los Estados Unidos”. También fue becado en varias convocatorias por la Fundación Guggenheim y profesor Fulbright de Investigación en el Instituto Max Planck.

³⁸ *Does it Pay to Invest in Art? A Selection-corrected Returns Perspective*, en este artículo se muestra la importancia de precisar y corregir la selección de una muestra cuando se pretende analizar la inversión en activos no líquidos que cotizan de forma endógena. Utilizando una muestra de 32,928 pinturas que se vendieron en varias ocasiones entre 1960 y 2013, se ponen de manifiesto una relación asimétrica entre las probabilidades de venta, las devoluciones y las compras de obras de arte pictóricas (documento íntegro adjunto en sección anexos del estudio).

obtendrán beneficios. Las obras que se conoce que perderán valor al revenderlas, por estricto sentido común, solo saldrán a la venta en muy contadas ocasiones, y la gran mayoría quedan fuera de mercado a la espera de una incierta posible revaloración futura y al no ser tomadas en cuenta, no pasan a formar parte de las muestras del análisis de las tendencias del mercado. Por lo que según estos, hasta la mitad de las obras compradas en la actualidad en una subasta, nunca se volverán a vender por encima o, ni siquiera, al mismo precio de compra por las que fueron adquiridas. Mientras que por otro lado, Thompson nos afirma en su obra que de los miles de artistas que se expusieron en las galerías de arte más importantes de Nueva York y Londres durante los ochenta, no más de cincuenta fueron ofrecidos en las subastas en la primera década del actual siglo XXI (Thompson, 2010: 35-36).

El economista y experto en arte, considera que aproximadamente el ochenta por ciento de todo el arte comprado a través de marchantes y ferias de arte de carácter local es muy poco probable que llegue a revenderse de nuevo por un precio igual o mayor al de su compra inicial (Thompson, 2010: 289). Incluso las obras de los artistas cuyas obras llegan a alcanzar ser objeto de lote de subastas, pueden tener una popularidad relativamente efímera. Así de aquellos artistas de arte moderno o contemporáneo que aparecieron publicados en la década de los ochenta en los catálogos de las subastas de Christie's o Sotheby's en la sección de arte moderno o contemporáneo, menos de la mitad de ellos se ofrecen aún hoy en una subasta importante.

En esta misma línea se posiciona Philippe Segalot³⁹, experto y consultor de arte de Nueva York y antiguo director del departamento de arte contemporáneo de Christie's, afirma que en cada generación no hay más de diez grandes artistas, esos

³⁹ Philippe Segalot es un comerciante y marchante de arte francés. Segalot trabajó para la casa de subastas de Christie, pero ahora trabaja de forma independiente. Segalot es actualmente conocido por romper las reglas del mundo del arte para favorecer los intereses de sus clientes más poderosos. En 2005, Segalot consiguió colarse anticipadamente en la feria de Art Basel, Suiza, para investigar la selección de obras que serían expuestas para sus clientes, a pesar de ser detenido, y que un galerista fue expulsado de la feria por ayudarlo, en 2006 contrató a un artista del maquillaje para viajar de nuevo a la feria de Art Basel y crear para él un disfraz que lo transformase. Segalot, haciéndose pasar por un expositor de la feria, logró colarse de nuevo en los días justos antes de la apertura oficial del evento. En 2014, The Guardian lo nombró en su informe de *"las personas más poderosas en el mundo del arte"*.

diez a lo sumo, verán incrementar con creces sus precios, mientras que los restantes artistas desaparecerán en el olvido (Thompson, 2010: 71). En la actualidad, según el consultor artístico, existen tantos marchantes, comisarios, asesores y críticos examinando las nuevas obras de arte que se crean, que los artistas cuyos trabajos merecen atención se reconocen de forma casi inmediata. Segalot afirma que hoy día estos grandes artistas pueden ser elegidos relativamente pronto, pues ya no existe lo que denominan el “síndrome Van Gogh” (Thompson, 2010: 72).

En suma podríamos afirmar que a pesar de la tendencia creciente en la demanda de obras actuales y del cuestionable éxito de mercado que ha logrado el arte contemporáneo en los últimos años, las posibilidades estadísticas de éxito y reconocimiento para los jóvenes artistas que emprenden sus carreras como creadores, son muy limitadas, e incluso aquellos que lleguen alcanzar un relativo éxito temprano, puede deberse a una serie de circunstancias coyunturales y que no se trate de una tendencia que se prolongue demasiado en el tiempo. Por tanto, no se trata aquí de transmitir un juicio sobre el estado actual de las carreras artísticas, pero si resaltar la realidad de que el número de artistas que se arriesgan a vivir del propio trabajo es relativamente alto, con relación a los que consiguen un reconocimiento estable posterior. Incluso según los datos aportados por Vettese, se calcula que en los Estados Unidos cerca de doscientos mil artistas viven de su propio trabajo, pero solo trescientos, aproximadamente, consiguen entrar en el mercado secundario, es decir, sus cuadros tienen una compraventa posterior a la primera adquisición. En cuanto a un reconocimiento estable posterior, las probabilidades se reducen de un modo bastante dramático (Vettese, 2002: 78).

8. La distinción social en el mercado del arte contemporáneo

Tal y como apunta Don Thompson en su libro, en los escalones más altos de los marchantes y coleccionistas del mundo del arte “el dinero tiene muy poco significado” puesto que en esas esferas, es algo que no pocos poseen en magnas cantidades. Lo que “deslumbra verdaderamente es la propiedad de una obra rara y valiosa (...) La persona que la posee está por encima de la masa del mundo del arte, es intocable. El rico aspira a adquirir lo que los economistas llaman bienes posicionales, cosas que demuestren al resto del mundo que son realmente ricos” (Thompson, 2010: 24). Según este razonamiento, aunque alguien sea relativamente rico no existe prácticamente nada en el mercado que pueda comprar que genere tanto status y reconocimiento social como una importante obra de arte contemporánea. Pues una obra de arte comunica como casi ninguna otra cosa, el refinamiento del gusto de quien la ha comprado y por tanto, su pertenencia a una élite cultural muy determinada (Vettese, 2002: 25). Hacer ostentación de otro tipo de bienes de lujo exclusivo puede ser considerado frecuentemente en determinadas esferas como una vulgaridad propia del mal gusto. En cambio la inversión realizada en la compra de arte contemporáneo es casi siempre vista como una inversión certificada en status y refinamiento cultural.

Aparentemente no son pocos los miembros de la así dicha “alta sociedad”, los que pueden permitirse el capricho ostentoso de un pequeño yate o un gran coche de marca, aunque sin embargo, es el arte por excelencia, el gran elemento distinguidor y legitimador del buen gusto y estilo (Thompson, 2010: 24). La verdadera característica del objeto artístico, es aquella que responde a unas necesidades simbólicas de comunicación social; la obra de alto valor económico revela, más que cualquier otro objeto, una particular identidad social.

De este modo la obra representa un medio óptimo para elevarse y adquirir una mayor autoestima social, superando un posible complejo de inferioridad cultural que eventualmente suele afectar a personas adineradas provenientes del mundo de los negocios (Vettese, 2010: 25).

En la esfera comercial del arte contemporáneo, uno de los principales componentes del valor añadido y la legitimidad de las obras de arte procede de las grandes casas de subastas de marca: Christie's y Sotheby's. Estas otorgan a los postores de cierto poder adquisitivo, que salen victoriosos con las adquisiciones de sus pujas, connotaciones relacionadas de nuevo con el estatus social y la celebridad mediática. Y parece ser que es eso precisamente, lo que muchos de ellos fueron a buscar a las distinguidas subastas nocturnas de Christie's y Sotheby's y no tanto las piezas físicas en sí, ni sus supuestos valores estéticos o artísticos que poseen, sino las repercusiones sociales que conlleva la adquisición de los mismos. Esta podría corresponder con una descripción acertada de la motivación de muchos de los coleccionistas actuales, la cual está en buena parte conectada con el afán de las clases opulentas por el reconocimiento, la celebridad y la posesión distintiva de piezas fetiches. Todos ellos, elementos motivacionales que vertebran con transcendencia la esfera del arte contemporáneo, pero que en sí no explicarían los mecanismos internos del proceso que desencadena tal reacción de acontecimientos, aquellos que implican la trayectoria de la obra desde la producción a la legitimación de la misma.

Tanto los especialistas del mercado del arte, provenientes de galerías y subastas, como los profesionales del marketing del arte, parecen coincidir en que el comportamiento de muchos de los coleccionistas de arte a la hora de valorar la adquisición de determinadas obras, están en buena medida determinados por el grupo social al cual un individuo aspira a pertenecer. Así como apunta Thompson, un comprador confía en alcanzar una pertenencia visible dentro del grupo de "propietarios de valiosas obras de arte" o por el contrario "aspira a pertenecer a la junta asesora de un importante museo de marca" por medio de la donación de una obra importante a dicho museo (Thompson, 2010: 146).

A su vez, lo más paradójico de estas dinámicas en las que las demandas de obras de las altas clases sociales, motivadas en buena parte por su intento de autopromoción, influyen muy frecuentemente en el sistema del mundo del arte de un modo mucho más trascendente que los mismos juicios analíticos de la propia crítica experta del arte.

Capítulo III:

Estudio de caso sobre el colectivo de *jóvenes artistas británicos*.

1. Contexto político-social del proceso de legitimación del movimiento YBA durante las décadas de cambio de siglo.

En este capítulo se analizará en detenimiento el ascenso del colectivo de los que fueron llamados “jóvenes artistas británicos”, de ahora en adelante, YBA, por las siglas en inglés de su etiqueta nominal: *Young British Artists*. Trataremos de analizar tal fenómeno, como acontecimiento artístico, mediático y mercantil, prestando una especial atención al entorno social y económico en el que surgió dicho movimiento. La selección de artistas, exposiciones y obras analizadas estará regida por los intereses del estudio de la presente tesis. Investigación que se desarrollará, centrándonos principalmente en el proceso de legitimación de los artistas contemporáneos. Tema por el cual, el fenómeno de los YBA resulta ciertamente paradigmático de un periodo, un espacio y un modo de mercantilizar el arte contemporáneo. Fenómeno representativo de las sociedades occidentales, sobretudo anglosajonas, durante los años noventa y principios del nuevo siglo, haciendo un examen más exhaustivo de la décadas que abarcan desde el año 1994 hasta el 2014.

El presente estudio no pretende ofrecer un examen rigurosamente completo de la producción de obras, exposiciones y artistas durante aquellos años en la totalidad del territorio británico. Por el contrario, nos centraremos en analizar la producción artística de algunas de las figuras más representativas de tal generación. Centrándonos en un primer lugar en el abanderado del mismo movimiento, y principal referente para el estudio de caso, el controvertido Damian Hirst. De un modo complementario, en la trayectoria de la mediática Tracy Emin, la evolución de los impactantes hermanos Chapman y el polémico Chris Ofili. Aún siendo conscientes de que el conjunto del arte contemporáneo británico durante los citados años es un compuesto mucho más rico, complejo y diverso de lo que puedan serlo las obras propuestas por algunos de los citados artistas más populares de los YBA, lo que pretendemos con el desarrollo de este estudio es

poner de relieve las dinámicas y motivaciones socioculturales, políticas y económicas que otorgaron un gran reconocimiento a esta tendencia artística generacional. El tipo de metodología utilizado para el estudio de las trayectorias artísticas se basa, en el análisis pormenorizado de las condiciones sociales que permitieron el acceso a la legitimidad y el éxito comercial de los YBA, contrastando estos aspectos, con los distintos círculos propuestos por Alan Bowness para alcanzar el reconocimiento en la esfera del arte.

La manera en que examinaré las particularidades del acceso a la legitimación de este grupo, se basará en dos metodologías de análisis: En primer lugar la valoración de las narraciones construidas en torno a los orígenes sociales de los artistas y a su formación. En segundo lugar en el análisis detallado de los sucesivos pasos realizados por las distintas instancias del sistema del arte, centrándonos en aquellos agentes que prestaron su apoyo en los inicios y posteriores eclosiones hacia la legitimación artística.

Una de las maneras de analizar las motivaciones de los comportamientos de los creadores es, observar su posición de partida dentro del ámbito más amplio de la sociedad a la que pertenecen. Sociedad que se presenta bajo diferentes formas según el tipo de acercamiento que se pretenda hacer. Nuestra aproximación privilegia las explicaciones sociales frente a las individuales, de esta manera, trataremos de estudiar el origen de las prácticas de los artistas a partir de su posición social, motivaciones mercantiles o legitimaciones académicas, dejando de lado perspectivas de análisis más propias de la psicología individual subjetiva.

2. La gestación de un nuevo modelo cultural

Según desarrolla Ángela Vettese en su estudio, hasta mediados de los años setenta, la experimentación y el proceso de lanzamiento y promoción de los nuevos talentos, procedían de los espacios alternativos, galerías sin una verdadera dirección artística y gestionada frecuentemente por los propios artistas. La relación con las galerías comerciales, se produciría solamente en un segundo momento, retardando varios años el proceso de legitimación (Vettese, 2002: 99). Será desde finales de los años setenta y principios de los ochenta cuando las cosas empezaron a cambiar de forma drástica y definitiva. Un evento muy significativo, entre otros, de este cambio de tendencia, será la rápida venta de la exposición personal de Julian Schnabel, en la galería Mary Boone de Nueva York en 1979. En dicha exposición, la totalidad de los cuadros expuestos se vendieron incluso antes de la propia inauguración de la misma.

Según Vettese, se puede afirmar que este evento, señalaría el inicio de aquella tendencia, por la cual un artista treintañero podía pasar del anonimato al mercado internacional sin pasar por ningún estadio intermedio (Vettese, 2002: 99). Por otra parte, durante la crisis política, económica y mercantil, que cambió drásticamente las reglas del juego en los primeros años noventa, se asistió al lanzamiento de carreras fulminantes como las de los propios jóvenes artistas británicos (*YBA*). Algunos de estos autores que se incluyeron dentro de la generación *YBA*, hicieron público su rechazo frontal a la lógica mercantil tan aplastante y descarada que atravesaba toda conceptualización del propio grupo.

Ningún carácter de una tendencia artística determinada, puede entenderse al margen del ambiente político y social dominante de su época. Hacerlo, sería pasar por alto, la importancia que los conflictos y contradicciones de un periodo determinado ejercen sobre los agentes creadores. Es por eso, que a continuación nos detendremos en presentar las condiciones políticas y socioculturales que dominaban la escena británica de aquel periodo, de donde provenían dichos jóvenes autores.

En numerosas ocasiones, la generación de artistas británicos (YBA) son tildados irónicamente como “*los hijos de Thatcher*”. A pesar de que puede ser cierto, que aquellos se vieron en parte forzados a adaptar su arte al nuevo clima económico fomentado por las legislaturas de la dama de hierro, para Julian Stallabrass⁴⁰ los YBA son un producto, resultado de los años de gobierno del presidente conservador John Major. Los conservadores fueron reelegidos en mayo de 1992, en medio de una profunda crisis recesiva, para sorpresa de quienes creían que la dimisión de Thatcher supondría el final del éxito electoral del partido conservador (Stallabrass, 2010:105). Será necesario remontarnos a la fecha de septiembre de 1992 cuando la prestigiosa libra esterlina fue obligada a salir del mecanismo de tipos de cambio por los mercados, adversa situación por la que el gobierno introdujo un cambio tajante en su inflexible política económica, pasando de restringir el flujo de dinero, a una estimulación keynesiana del gasto público. Así durante el prolongado periodo que se extendió hasta la derrota de los conservadores en 1997, el gobierno ya no era una fuerza triunfante, por el contrario, la administración Major transmitió una imagen fuertemente dividida, desorientada e incapaz de resolver la problemática vigente. Fueron estos años de incertidumbre y deambular político los que imprimieron a fuego, la producción artística de los YBA, que irónicamente, estuvieron marcados por una grave crisis económica en sus inicios y a continuación por un fuerte periodo de recuperación.

Tras el fin de la temida recesión, el mercado del arte participó de un boom especulativo, en el que el flujo de capital en Inglaterra era canalizado a las altas esferas sociales del mundo del lujo, el arte y las finanzas (Stallabrass, 2010: 105). Durante estos años, mientras que, las subvenciones públicas destinadas a la creación artística fueron objeto de un abandono casi absoluto, principalmente por motivaciones de agenda política, la promoción mercantil del arte contemporáneo

⁴⁰ Julian Stallabrass es un historiador del arte británico, fotógrafo y comisario. Fue educado en Leighton Park School y New College, Universidad de Oxford, donde estudió PPE (Philosophy, Politics and Economics). Declarado marxista, Stallabrass ha escrito extensamente sobre el arte contemporáneo, incluyendo los aspectos del arte en las redes de Internet, la fotografía y la historia del arte británico del siglo XX. Stallabrass es conocido por ser crítico con el movimiento de los Jóvenes Artistas Británicos (YBA) y sus obras. El éxito alcanzado por los YBA, así como su influencia en la esfera del arte, fue el tema de su estudio, de 1999 *High Art Lite*, obra que ha resultado un referente cardinal para el presente estudio.

en el exterior, realizada directamente desde el British Council, fue llevada a cabo de una manera bastante agresiva (Stallabrass, 2010: 153). El gobierno británico estuvo desarrollando un sólido programa bastante exitoso, para apoyar el arte británico en el extranjero, sacando partido a la hegemonía cultural de los Estados Unidos y el dominio global del inglés como lengua mayoritaria de uso internacional.

Poco antes del cambio de gobierno en 1997 en Reino Unido, la entonces secretaria de patrimonio, Virginia Bottomley⁴¹, describió el arte contemporáneo británico como “el más apasionante e innovador del mundo”. Aunque no pareciese algo excepcional, como señala Stallabrass, su comentario era, de hecho, profundamente innovador y casi histórico, ya que anteriormente ningún ministro del gobierno había dado nunca su aprobación oficial, a lo que convencionalmente se percibía como un arte de vanguardia transgresor (Stallabrass, 2010: 154). Existía así una curiosa habilidad, entre las distintas responsabilidades del gobierno, para ensalzar el arte británico como fenómeno cultural, pero tratando de eludir siempre el contenido del mismo, sin comprometerse nunca a tratar sobre sus mensajes o intenciones formales. Según Stallabrass, esta, suponía una prueba fehaciente de que este nuevo arte británico desarrollado en los noventa, conservaba tan sólo un vago toque de vanguardia, y conciliaba a la perfección, el *conformismo* con el *conservadurismo* (Stallabrass, 2010: 154).

Si por el contrario, nos remontamos algunas décadas más atrás, durante los años sesenta, la clase trabajadora en Inglaterra vio cómo su poder adquisitivo crecía y con él, hacían un uso real de ese poder, a través de la consolidación de unos sindicatos y un asociacionismo fuerte. El estilo de vida proletario, se percibía incluso como moderno y parecía posible alcanzar una posición hegemónica, con una parte de la juventud de la clase media atraída por su cultura.

⁴¹ Virginia Bottomley, política británica del Partido Conservador. Miembro del Parlamento, en la Cámara de los Comunes de 1984 a 2005. Fue miembro del Consejo de Supervisión de Akzo Nobel NV desde el 2000 al 2012, y actualmente administradora del periódico The Economist. Como parte de sus actividades académicas, Virginia Bottomley es Canciller de la Universidad de Hull y gestora de la London School of Economics. Del mismo modo miembro del Consejo Asesor del Reino Unido de la Cámara Internacional de Comercio.

En cambio será tres décadas después, cuando en los noventa, la clase trabajadora ya habrá desaparecido como fuerza política o referente cultural, con una influencia mínima siquiera sobre los mismos gobiernos laboristas (Stallabrass, 2010: 207). Tras la llegada al poder del gobierno laborista en la segunda mitad de los noventa, lo que si se desarrolló fue un aumento considerable de la financiación en la producción artística, invirtiendo de forma paulatina la tendencia de los conservadores.

La estrategia pasaba por promocionar un ámbito, la cultura, en el que el Reino Unido tenía una posición aventajada, en gran medida, como apunta Stallabrass, porque comparte cultura e idioma con la potencia mundial culturalmente dominante, y estaba por ello, en una disposición favorable para hacer una contribución complementaria a la gran industria de producción cultural de los Estados Unidos (Stallabrass, 2010: 156). Sin embargo, más allá de cuestiones referentes al campo mismo de la cultura o el arte, para Julian Stallabrass el grupo de los YBA, fueron un producto, en primer lugar, de la recesión y, en segundo, del *“impasse cultural y político* de los años de Major”. Según este, si sus creaciones brillaron durante algún tiempo, fue porque se oponía al panorama dibujado por “un gobierno retrógrado que detestaba las formas culturales modernas” (Stallabrass, 2010: 229). No obstante, la llegada al poder del partido laborista a finales de los años noventa, supuso una brusca ruptura de esta dinámica, pues la economía siguió siendo gestionada de forma satisfactoria y el periodo de crecimiento moderado que previamente había logrado Major se mantuvo constante.

En los años posteriores a la fecha de 1997, da la impresión de que los laboristas se centraron en inculcar un relativo optimismo en la clase media que tuvo sus consecuencias a niveles culturales. Igualmente, se produjo otro cambio importante en la posición ideológica del grupo, pues tal y como apunta Stallabrass, algunos de los representantes más visibles de los YBA, se posicionaron en contra de los regímenes conservadores y culturalmente más reaccionarios.

Será en los primeros años de la administración laborista, cuando algunos miembros del YBA son introducidos en algunas instituciones importantes, de este modo parecían haber perdido ese espíritu subversivo pasando a formar parte de la cultura oficial dominante.

En este clima de aprobación oficial y gratificaciones institucionales, el tono negativo original de la tendencia se fue apresuradamente diluyendo, hasta desaparecer casi por completo (Stallabrass, 2010: 230). Así, si los YBA fueron en algún momento fruto, resultado o víctima de los acontecimientos y las políticas resultantes del periodo de gobierno de Thatcher, tal y como afirma Stallabrass, el fin de uno, supuso inevitablemente el anuncio de defunción del otro. Según este, existía una serie de fuertes similitudes y conexiones entre ambos, aunque eso no signifique explícitamente que el movimiento YBA fuera partidario de las *políticas thatcheristas*, porque nunca llegó a ser explícito este vínculo. Stallabrass afirma que existía en ambos, una planificada ofensiva contra las sutilezas propias de la izquierda, así como contra las instituciones públicas establecidas (Stallabrass, 2010: 231).

3. Del mundo académico al mercado de arte

En la Inglaterra de la década de los noventa, según nos describe Stallabrass, el “serio pasatiempo minoritario” del arte contemporáneo, comenzó a brillar con una luz semejante al de las grandes industrias culturales de la moda, el cine o la música *pop*. Según este, si el arte contemporáneo británico se hizo notorio, se debió en buena parte a que explotó “aspectos mucho más accesibles para un público general” de lo que antes el mundo del arte había utilizado anteriormente (Stallabrass, 2010: 13).

El arte contemporáneo británico se convirtió de este modo en un satélite resplandeciente, aunque extraño, en el firmamento de la cultura de masas. Los mismos artistas que despertaron la curiosidad de un público mayoritario, se convirtieron en personajes altamente mediatizados con un seguimiento similar al de las famosas celebridades del mundo del pop. Este tipo de propuestas permitieron aproximarse al arte a quien no poseía ningún conocimiento previo especializado en arte. Entre otros aspectos, los elementos principales empleados en construir el discurso y la representación del arte del momento, fueron tomados de forma directa de los medios de comunicación de masas.

Es necesario precisar que quizás este cambio no se debe exclusivamente a que estos artistas quisieran popularizar su trabajo, ya que las propuestas de los YBA se gestaron en un momento, en que el seguro y próspero mercado del arte se encontraba en una fase de hibernación que había comenzado ya muy a finales de los años 80 (Stallabrass, 2010: 15). Cuando llegó la recesión económica, el mercado de valores cayó en picado, igualmente la burbuja económica japonesa explotó, hundiendo su pujante economía, y con él se hundieron muchos de los mayores coleccionistas de arte del momento. Tras el desarrollo de este trance económico, el mercado del arte, tal y como postula Stallabrass, “el súmmum de la especulación” financiera, sufrió un desmoronamiento catastrófico, con lo que muchas galerías se vieron obligadas a cerrar o redujeron drásticamente sus actividades (Stallabrass, 2010: 16).

En los años siguientes, muchos artistas se encontraron con una gran cantidad de obras a las que no encontraban salida, ni siquiera espacios donde poder exponerlas. Debido a esto, no fueron pocos los que abandonaron el ámbito del arte como sustento de vida, otros se convirtieron en sus propios comisarios, organizando exposiciones para unos pocos conocidos, en algunos de los espacios industriales que habían sido abandonados debido a esta crisis que azotó las economías mundiales.

Desde la visión que nos despliega Stallabrass en su estudio, las consecuencias, en cuanto a contenidos y preocupaciones del arte británico, con la implantación de la recesión como cruda realidad económica, fueron sobre todo, “un rechazo hacía las preocupaciones ombliguistas del mundo del arte, al tiempo que prestaba atención a nuevos temas, en especial hacia los que resultaban más atractivos para los medios masivos y la cultura popular” (Stallabrass, 2010: 16). Supuso este viraje temático hacia elementos simbólicos de la cultura de masas, un factor clave de los contenidos en las obras de los YBA. Un fenómeno que se intensificó en los últimos años ochenta e inicios de los noventa en Inglaterra y supuso el motor fundamental del cambio acontecido en la escena artística británica que vendría a desarrollarse en toda su plenitud durante la década de los noventa.

Tras el comienzo de la crisis, se implantó tanto en las galerías privadas importantes, como en algunas de las más relevantes instituciones públicas, una tendencia prolongada en el que apenas existía cabida a la muestra de obras de la generación más joven de artistas británicos de aquel momento. Por lo que un escasísimo grupo de galerías alcanzaron una gran importancia debido a su relativa exclusividad, ya que eran muy pocas las que estaban dispuestas a exponer a estos jóvenes artistas locales. Entre ellas, una de las más destacadas fue la galería Karsten Schubert⁴², quien inmediatamente después de *Freeze*⁴³ y la exposición de

⁴² Karsten Schubert, nacido en 1961, es un comerciante de arte alemán y editor que trabaja en Londres, Inglaterra. Schubert gestionó, Karsten Schubert Limited Art Gallery, inicialmente, de 1986 a 1991, en colaboración y con el apoyo de Richard Salmon. Su exposición del grupo de 1988, compuesto por Ian Davenport, Gary Hume y Michael Landy fue una de las primeras exposiciones en galerías comerciales de los artistas que pasarían más tarde a ser conocidos como los Young British Artists (YBA). La galería no tardó en llegar a representar a muchos de los artistas YBA. Además el programa expositivo de la galería también contribuyó a la publicación de una serie de catálogos y

final de curso del Máster del Goldsmiths College⁴⁴ de 1988, expuso a numerosos miembros de la YBA, tales como; Ian Davenport, Gary Hume, Michael Landy, Glenn Brown, Abigail Lane y Matt Collishaw (Stallabrass, 2010: 18). A su vez, muchos de estos artistas fueron compañeros de formación académica, durante la década de los ochenta, en los cursos de estudio del prestigioso Goldsmiths College de la Universidad de bellas artes de Londres. Un paso crucial sucesivo se dio, cuando algunos de estos alumnos del Goldsmiths, entre los cuales estaba el mediático Damien Hirst, comenzaron, siguiendo la pujante tendencia del momento, a organizar exposiciones autocomisariadas por ellos mismos, en edificios industriales abandonados. Estas exposiciones tuvieron un formidable éxito mediático a la hora de exhibir obras ambiciosas e impactantes con un gran calado entre el público por su carácter tremendamente efectista. La primera de ellas, *Freeze*, supuso el primer punto de encuentro, y como tal, en la construcción ideológica e histórica del grupo, vino a representar el referente ya casi mitificado, como génesis formal del propio colectivo YBA.

Sin ningún atisbo de duda, lo que sí demostró dicha exposición de *Freeze*, fue la capacidad de convertirse en un mecanismo tremendamente eficaz a la hora de conseguir la firma de contratos con galerías para los integrantes de la tendencia. Tal y como apunta Stallabrass, este periodo “entre 1989 y 1995 fue el momento en que los YBA tuvieron que valerse de los diferentes recursos disponibles, en buena parte muy distintos de los habituales y en el que se iniciaron a forjar sus

libros que ofrecían una visión general de la escena de los artistas del YBA. En 1996 la salida de Rachel Whiteread de la galería provocó una reorientación de las actividades de Schubert, el cual se convirtió en distribuidor privado y representante de artistas, trabajando con un número selecto de artistas .

⁴³ Freeze es el título de la significativa exposición de arte que tuvo lugar en julio de 1988 en un edificio vacío de la Autoridad Portuaria de Londres en los muelles de Surrey en los Docklands de Londres, especialmente importante por la promoción que supuso en el desarrollo posterior del movimiento de los Young British Artists.

⁴⁴ Goldsmiths, University of London, es una facultad adscrita a la Universidad de Londres. Establecido en New Cross. Goldsmiths se especializa en la enseñanza y la investigación de disciplinas creativas, culturales y cognitivas. La institución fue fundada en 1891 bajo el nombre de Goldsmiths' Technical and Recreative Institute. Fue federada a la Universidad de Londres en 1904 y fue renombrada como Goldsmiths' College. Aunque significativamente la palabra '*College*' fue retirada del nombre comercial justamente en el año 2006, a pesar de que "*Goldsmiths College*", con la inclusión del apóstrofo, sigue siendo el nombre legal de la institución.

características particulares” (Stallabrass, 2010: 16). También resulta fundamental señalar que fue de vital importancia, sobretodo en este primer momento de sustentación de los YBA, las efectistas acciones de influencia mediática de Charles Saatchi⁴⁵ y su espacio de Saint John’s Wood⁴⁶.

Será en este espacio en el que durante los turbulentos años ochenta, se mostraron muchas propuestas artísticas provenientes de los Estados Unidos. Según Julian Stallabrass, “estas impactantes exposiciones dejarían una profunda huella en la nueva generación” (Stallabrass, 2010: 18) por lo que sus motivos, modos y formas crearon un remanente sobre el que se fundamentan la propuestas formales de la futura joven promoción británica. Como apuntábamos, la crisis financiera pudo ser una de los factores cruciales que provocaron el abandono de las dinámicas instauradas en el mundo del arte, por parte de los jóvenes creadores, ningún especialista o experto del mundo del arte podría haber pronosticado, el calado internacional en el que estos jóvenes iban a aventurarse en tan solo unos escasos años.

Ya adentrados en los inicios de la década de los noventa, la galería de Charles Saatchi se dedicó a programar una amplia serie de exposiciones, en las que mostraba sus recientes adquisiciones, provenientes del arte británico del momento. El magnate de la publicidad, Charles Saatchi, se había dedicado a adquirir numerosas obras, a un relativo bajo coste para su colección. Adquisición de obras, de las cuales no pocas de ellas, fueron del interés de Saatchi únicamente, por una implícita y reconocida finalidad de inversión financiera.

⁴⁵ Charles Saatchi, es el co-fundador junto con su hermano Maurice Saatchi de la agencia de publicidad Saatchi & Saatchi. Dirigió ese negocio, siendo la agencia de publicidad más grande del mundo en la década de 1980, hasta ser expulsados de la misma en 1995. Ese mismo año los hermanos Saatchi formaron un nuevo organismo llamado M&C Saatchi. Aunque Charles es principalmente conocido en todo el mundo por ser uno de los mayores coleccionista de arte de Europa, a la par que propietario de la Galería Saatchi. Entre sus mayores éxitos se le atribuye el descubrimiento y patrocinio de los Jóvenes Artistas Británicos (YBA), entre ellos Damien Hirst, Tracey Emin o Chris Ofili.

⁴⁶ St John’s Wood, es un barrio del noroeste de Londres, en el municipio de la Ciudad de Westminster. Siendo característico por la riqueza acumulada entre sus calles, pues es un vecindario clasificado por la revista Forbes como uno de los cinco más pudientes de Londres, basándose principalmente en el boom inmobiliario del precio de las casas en el año de 2007.

Entre esta serie de exposiciones debemos destacar, la primera muestra dedicada explícitamente al grupo YBA en el año de 1992, la cual consagró de forma contundente, la famosa y polémica obra de Damien Hirst, titulada *“La imposibilidad de la muerte en la mente de un ser vivo”*⁴⁷, en la que encontramos un tiburón sumergido en un tanque de formol, obra que analizaremos en mayor profundidad más adelante en el estudio, pero que ya en 1992 se convirtió en el símbolo de la producción artística de todo el grupo, a la par que supuso el principal foco de atención del sistema mediático internacional, donde centrar la mirada.

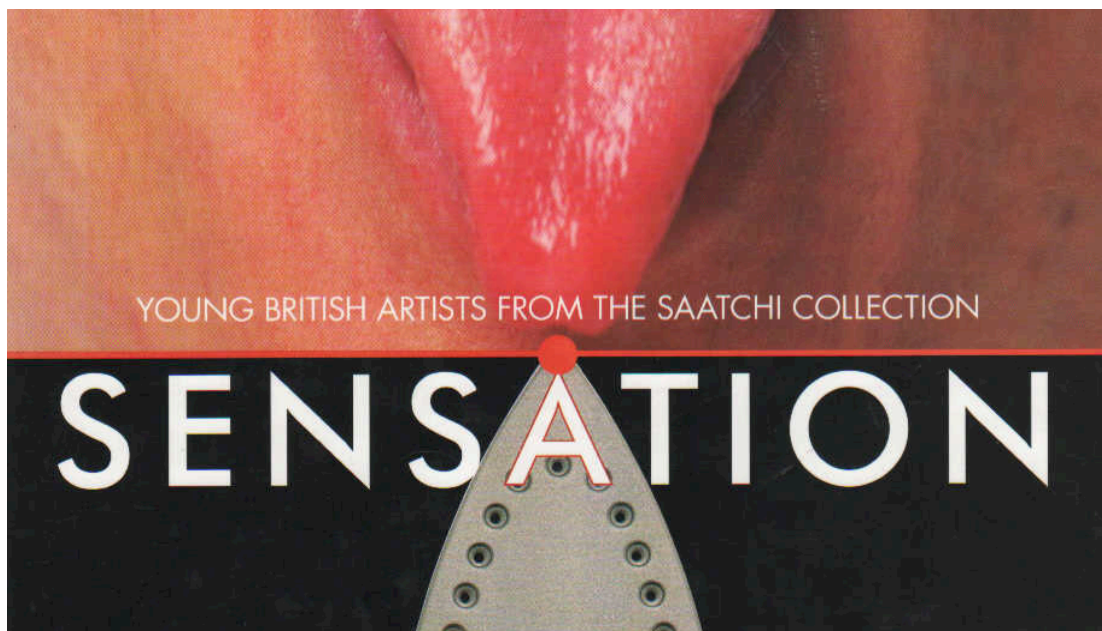


(Damien Hirst, 1991) Fuente: *saatchigallery.com*

Como señala Stallabrass, estas piezas “enfrentadas al arte serio, tan del gusto del sistema, las obras de la nueva tendencia eran irreverentes y accesibles. Parecían no preocuparse por los temas que habían maniatado al arte anteriormente, para centrarse en las más diversas y urgentes preocupaciones de lo cotidiano” (Stallabrass, 2010: 18). Muestra paradigmática de este estilo irreverente será, la renombrada y exitosa muestra, inaugurada en Londres en Septiembre de 1997: *Sensation. Young British artists from the Saatchi collection*. Integrada por nueve de los dieciséis artistas originales de la mítica muestra *Freeze*.

⁴⁷ Esta obra que cuenta con un gran tiburón tigre suspendido en formaldehído, ha resultado ser el más conocido de su serie *Natural History*. Esta abarca algunas de las más reconocidas e importantes obras del artista. El trabajo en sí resulta bastante sencillo, el tiburón suspendido en una sustancia acuosa rodeado de un gran marco metálico laminado en blanco. Al ser creada en 1991 el formaldehído ha comenzado lentamente a erosionar el cuerpo del animal, mostrando claros signos de descomposición.

Paradójicamente, esta controvertida exposición se decidió organizar en las salas de las Royal Academy of Arts, sociedad que ostenta el ilustre honor de ser la escuela de arte más prestigiosa y antigua de Inglaterra.



Catálogo de la exposición Sensation (1997). Fuente: *saatchigallery.com*

El resultado de tal apuesta mediática superó todas las expectativas imaginables en lo relativo a asistencia del gran público, pues el día de la inauguración acudieron más de 1.500 personas, se estableció una media de 3.000 visitantes diarios, y cuando la muestra se clausuró se había alcanzado la astronómica cifra de 300.000 espectadores, un verdadero record para una exposición de arte contemporáneo en aquellos años, en la que además el ingreso a la misma, no era ni siquiera gratuito, práctica poco común en las islas británicas.

Para este nuevo público de arte contemporáneo que acudía a museos y galerías, semejantes obras resultaban altamente liberadoras, pues finalmente podían enfrentarse con una propuesta artística que les hablase directamente a ellos, haciendo reflejo y jugando con los motivos, preocupaciones y elementos simbólicos cotidianos de su día a día. Este nuevo estilo, en modos y formas, proponía una narrativa de impacto con un fuerte carácter muy reconocible y singular, en el que era fácil poder sentirse identificado ya que sus principales motivos narrativos, eran provenientes de los grandes productos comerciales de la cultura de masas y del espectáculo.

4. De los palpitantes años noventa a inicios de un nuevo siglo

Será en la segunda mitad de los años noventa cuando en la escena del arte británica se produzca un cambio de actitud circunstancial y el grupo de los YBA comenzará a perder, tanto su posición como vanguardia exclusiva de la escena artística inglesa, como su total inmunidad ante las críticas del mundo del arte. Este cambio no consistió en la extinción del movimiento, sino que su cohesión como grupo o movimiento coetáneo había empezado a disolverse, ya que no pocos de sus artistas, siguieron vendiendo obras a precios muy relevantes. Nos referimos, en concreto a las figuras más destacadas mediáticamente, como Damien Hirst, Tracy Emin, Chris Ofili o los hermanos Chapman, algunos de ellos, objeto principal de nuestro estudio de caso. Por otra parte, como señala Stallabrass “las opiniones hostiles que compartía gran parte del mundo del arte y que habían ido exacerbándose al presenciar el petulante éxito del movimiento empezaron a expresarse públicamente con cierta frecuencia” (Stallabrass, 2010: 223). Justamente será en el año de cambio de siglo, en los primeros meses del 2000, cuando dos grandes exposiciones tratarán de repetir, sin igual éxito, la expectación que despertó *Sensation* en el 97. Una de aquellas muestras fue, *Ant Noises*, comisariada por el propio Charles Saatchi, en la que se exhibían las obras cumbre del YBA en un intento por recuperar la atención del público.



Catálogo de la exposición Apocalypse (2000). Fuente: saatchigallery.com

La otra muestra, *Apocalypse*, organizada por la Royal Academy, era una compilación de obras de artistas internacionales junto a figuras propias del YBA, como los hermanos Chapman, en una muestra planificada con una intención descaradamente provocadora.

Apocalypse, exposición que se inauguró el 20 de Septiembre del 2000 en la *Royal Academy* tras el éxito de los YBA en *Sensation*. Exposición dirigida a persuadir a los visitantes más jóvenes en particular. El tipo de obra que se expuso estaba cargado de fuertes contenidos explícitamente provocativos, desde los videos de pornografía violenta de Chris Cunningham, a las maquetas escabrosas de las matanzas nazis de los hermanos Champnam. Norman Rosenthal, combativo secretario de exposiciones de la Academia, y organizador comisario de *Sensation*, trató de defender dicha selección en el derecho de las instituciones a mostrar algunos de los temas más controvertidos de la sociedad británica del momento.



La ora nona, (1999) Maurizio Cattelan. Fuente: *arnet.com*

Siguiendo la estela del anterior éxito de *Sensation*, la exposición buscó una gran obra que suscitase las mayores polémicas posibles. En concreto, hubo grandes rivales compitiendo por ser la propuesta más descarnada e irreverente de la muestra. En esta ocasión se llevará la palma, la obra del autor italiano Maurizio Cattelan; *The Ninth Hour*⁴⁸, una escena que representa una figura de cera del Papa Juan Pablo II, embestido por un meteorito que acaba de atravesar el techo de la sala de exposiciones.

⁴⁸ [La ora nona, 1999] Consiste en una instalación de Maurizio Cattelan el cual representa a una efigie de tamaño natural del papa Juan Pablo II golpeado por un meteorito. Aunque primero la exhibió en 1999 en la Kunsthalle de Basilea, La Ora Nona se presentó en la Royal Academy de Londres en el 2000. Christie vendió la pieza en 2001 por \$ 886.000, y una segunda versión fue subastado por Phillips de Pury & Company en 2004 por \$ 3 millones. Gran parte de la controversia que resultó de *La ora nona* es inmediata y evidente, pues una imagen bastante realista del Papa Juan Pablo II, en vestimentas características y sin soltar la Cruz Papal, yace en el suelo después de haber sido aplastado por un meteorito. La instalación original estaba bajo un tragaluz destrozado, con el Papa bajo el meteoro en una alfombra con fragmentos de la claraboya.

Será en el año 2000 también, cuando Matthew Higgs, figura influyente del momento de la escena artística británica, ejercerá de comisario para una exposición itinerante que se celebra en Inglaterra cada cinco años: la *British Art Show 5*. Muestra, en la que se propone una reflexión sobre la dirección, estilo y trayectoria del arte británico en esos últimos años. En la muestra anterior, la número cuatro, celebrada en el año de 1995, había sido una celebración descarada y sin reservas del más puro estilo YBA. En cambio, para la siguiente ocasión del 2000 los resultados fueron bien diferentes. Como recoge Stallabrass, del mismo ensayo que escribió Higgs para el catálogo de la muestra, Higgs afirmó que “aunque el Young British art todavía seguía disfrutando de mucha atención por parte de los medios de comunicación nacionales, en Europa estaba acabado” (Stallabrass, 2010: 226). La serie internacional de exposiciones de arte británico organizadas por todo el planeta durante los años finales de los noventa, había producido en algunos lugares, precisamente la reacción opuesta a la esperada por sus promotores.

Según Stallabrass, esta oleada promocional generó un verdadero “hastío colectivo” que provocó que muy pocos artistas británicos fueran seleccionados para participar en las principales muestras europeas, entre ellas, la Bienal de Valencia de 1999 o la Documenta X. En su opinión, se había alimentado una dependencia excesiva del espectáculo de los medios de comunicación de masas y habían dejado muy poco margen para la verdadera crítica (Stallabrass, 2010: 226). Nicholas Serota, director de la Tate, sin duda, una de las figuras más relevantes del mundo del arte en el Reino Unido por aquel entonces, anunció con motivo de la entrega del premio Turner⁴⁹ del año 2000 “que el momento de los YBA había pasado y que ya era hora de prestar atención a figuras más frescas” según el propio Stallabrass,

⁴⁹ El Premio Turner es un evento anual donde se concede un galardón a un artista británico menor de 50 años. El premio fue llamado así en honor del pintor J.M Turner. Lo organiza la Galería Tate de Londres, y desde sus principios en 1984 se ha convertido en el premio artístico más promocionado del Reino Unido, generalmente creando artículos controvertidos en la prensa por sus exposiciones, como La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien viviente (*The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*) de Damien Hirst o Mi cama (*My Bed*) de Emin. El premio consiste en £40,000 desde 2004, y es concedido por un invitado especial, incluyendo celebridades del mundo del pop como Madonna, quien obviamente tuvo que causar controversia por usar lenguaje inapropiado en televisión durante la retransmisión en vivo del evento.

esas declaraciones fueron “lo más parecido a un certificado de muerte oficial que vayamos a contemplar jamás” (Stallabrass, 2010: 226). Declaraciones que a nuestro juicio determinan, ya en la significativa fecha del año 2000, el anunciado inicio del declive del boom artístico y mediático de los YBA en la esfera del mundo del arte, aunque las repercusiones de algunos de sus miembros en el mundo del mercado de arte contemporáneo, todavía darán mucho más que hablar, durante la siguiente década posterior.

5. ¿Fue este colectivo el resultado de una etiqueta de ventas?

Tras el precipitado desarrollo de acontecimientos del que anteriormente hemos hecho mención, para nuestro estudio se nos presentan varias cuestiones fundamentales a las que trataremos de dar respuesta durante el desarrollo del mismo. En primer lugar y primordialmente: ¿Cómo alcanzó el grupo de los YBA la legitimidad del sistema del arte en un periodo tan breve? ¿Cuáles fueron exactamente las dinámicas y los agentes que sustentaron dicho ascenso y desarrollo imparable? ¿Qué rol jugaron exactamente los distintos círculos, definidos por Bowness, en su trayectoria? ¿Cuáles fueron las motivaciones principales de su ascenso acelerado y a la vez, de su descenso igual de exponencial a inicios del año 2000?.

La abreviatura o siglas *YBA*, “*Young British Artists*”, son los términos provenientes de la serie de exposiciones denominadas *Young British Artists Shows*, que tuvieron lugar consecutivamente a partir del año de 1992 en la galería de Charles Saatchi y que según Stallabrass, resultó “ser el intento más exitoso del publicista por bautizar a un movimiento artístico” (Stallabrass, 2010: 13). Esta etiqueta abreviada: YBA o yBas, fue empleada por primera vez en el texto introductorio del *General Release*⁵⁰, el catálogo publicado por el British Council para la Bienal de Venencia de 1995. Al igual que los primeros artistas recogidos bajo el criterio especulativo de Saatchi y la etiqueta internacional de YBA, de un modo similar se procedió con la segunda oleada de jóvenes artistas británicos que se sumaron al movimiento en un periodo posterior.

⁵⁰ *General Release: Young British Artists, Venice- 1995. British Council Arts*. Los artistas que fueron seleccionados para esta muestra eran representativos de una ola de jóvenes artistas británicos que habían surgido desde la selección de la última muestra: *Aperto* en 1993. Esta generación de mediados y finales de los sesenta, emplearon para la exposición en la Bienal, una amplia gama de medios, que iban desde la pintura clásica o la tecnología más reciente en vídeo y fotografía. La exposición en Venecia estuvo fuertemente marcada por una gran diversidad en la expresión formal, mientras que una serie de preocupaciones se revelaban comunes en las propuestas, pues hubo una gran cuota de referencias fílmicas, y una vuelta a lo personal y lo cotidiano.

Tal y como afirma Elisabet Martín en su estudio, *Cómo triunfar en el mundo del arte*⁵¹ la planificada “marca yBa galvanizaba sus propuestas, haciendo tabula rasa de sus diferencias y asimilando a nuevos recién llegados en lo que se rubricó como segunda oleada de yBas” (Martín, 2007: 44), y en la cual aparecieron nuevas figuras con propuestas muy similares, en temáticas y formas, a sus predecesores.

A pesar del éxito mediático y comercial, que les favoreció durante algo más de una década, la etiqueta nominativa de YBA, se trataba de un término excesivamente impreciso, pues de los tres términos: jóvenes, artistas y británicos, dos de ellos no eran del todo ciertos, o al menos, parcialmente erróneos. Aunque en su mayoría vivían en la ciudad de Londres, no todos eran británicos. Por otro lado, a pesar de que cuando el fenómeno empezó a fraguarse, algunos de ellos se encontraban en la franja de edad entre los treinta y los cuarenta años, tras algo más de una década, algunos estaban ya mucho más cerca de sus cincuenta años, que de la imagen estereotipada de jóvenes rebeldes que se pretendía transmitir desde los diversos medios.

Liam Gillick⁵² en el artículo “*When are you leaving?*” de Art & Design, advierte que con el paso del tiempo, existe el riesgo de dotar de una aparente coherencia retrospectiva a un grupo de artistas que realmente no llegarían a tener nunca una cohesión como tal (Gillick, 1995: 81). Sin embargo, como puntualiza Julian Stallabrass en su publicación, sí que existió “una coherencia en dicha tendencia, en términos no solo generacionales, sino también sociales e institucionales, que va más allá del hecho de otorgar una imagen de marca a un trabajo plural muy heterogéneo” (Stallabrass, 2010: 14). Según este, los diversos miembros del YBA, simulan la conformación de una suerte de tendencia vanguardista y esta imagen impostada funcionó a la perfección con los medios de comunicación de masas que,

⁵¹ Martín, Elisabet. *Cómo triunfar en el mundo del arte: estrategias del joven arte británico de los noventa*. Cac Málaga-Junta de Andalucía. 2007. Supone otra de las obras fundamentales para nuestro estudio pues, Elisabet Martín se ha dedicado en su estudio a retratar a los jóvenes artistas británicos, YBA, y las características de su ascenso en el panorama del arte de fin de siglo.

⁵² Liam Gillick, artista conceptual Inglés, nacido en 1964 y residente en la ciudad de Nueva York. Asociado a menudo con los artistas incluidos en la exposición de tráfico de 1996 que introdujo por primera vez el arte termRelational.

salvo en muy escasas excepciones, transmitieron directamente al gran público esta idea grupal sin ningún atisbo de duda, crítica o debate. Significativamente, no existió ningún manifiesto o programa común entre los distintos miembros de la YBA, ni siquiera una enunciación de principios u objetivos declarados, ya que no existía una elección precisa de los propios miembros del grupo, ni un estilo plástico distintivo compartido por los mismos.

No obstante, como apuntábamos anteriormente, Stallabrass en su publicación centrada en el movimiento de los YBA, insiste en resaltar que ciertamente existieron características distintivas comunes entre ellos. En primer lugar, según este, casi la totalidad de ellos poseían un evidente “gusto contemporáneo del arte, que parece romper con el aire provinciano de las obras británicas anteriores, o que por lo menos, provoca una inflexión en ese carácter que le hace resultar más atractivo en el mercado” (Stallabrass, 2010: 15).

En segundo lugar, desde su perspectiva los artistas integrantes del YBA “mantuvieron una relación nueva y diferente con los medios de comunicación” (Stallabrass, 2010: 15), así no solo supieron emplear a menudo materiales y elementos simbólicos extraídos directamente de la cultura de masas, sino que además supieron utilizar la cobertura mediática que los medios le ofrecieron, para promocionar de manera espléndida, sus figuras personales, sus obras y su “colectivo”.

En tercer y último lugar, estos artistas británicos presentaron “sus obras conceptuales de una manera espectacular y visualmente accesible” (Stallabrass, 2010: 15). Según Stallabrass, estos elementos distintivos confluyeron en conformar un “paquete extraordinariamente accesible” por lo que los espectadores podían disfrutar del producto resultante de sus obras, sin la tediosa necesidad de tener que conocer todos los detalles minuciosos, ya fuese de la crítica del arte actual o de la historia del arte más tradicional.

Este nuevo público podía enfrentarse a las obras directamente, sin ningún tipo de mediación, y extraer de ellas impactantes emociones o polémicas ideas, más propias de la prensa amarilla inglesa que de toda la larga y profusa tradición artística británica. De este modo, da la impresión, que para poder promocionar en toda su potencialidad mediática la etiqueta del YBA, Saatchi llevó a cabo un intenso proceso de homogeneización del grupo, hasta poder reducirlo a sus líneas más simples y reconocibles. Así, se emplearon las figuras más mediáticas como Damien Hirst, Tracey Emin, Sarah Lucas, Chris Ofili o los hermanos Chapman, para conformar la imagen visible de un pretendido movimiento que trataba de englobar modos, medios y caracteres tan abismalmente distintos entre sí, como los de los restantes integrantes tan dispares y relevantes como Jenny Saville, Tacita Dean, Liam Gollick o Fiona Rae.

Quizás, como afirman muchos críticos o escépticos del grupo YBA, esta nominación no fue más que otra invención mediática publicitaria, un logotipo reduccionista muy útil y versátil, bajo el cual, promocionar las propuestas de una generación de artistas con una producción y un estilo bien heterogéneos. Esta estrategia comercial era altamente funcional en varios frentes, pues como sugiere Martín, esta maniobra “satisfacía una inextinguible demanda popular siempre nostálgica de los estilos de vida desenfrenados que se atribuían a los artistas” (Martín, 2007: 45), a la par que los posicionaba, legitimándolos como tendencia artística del momento, se les insertaba en el imaginario de un *star system* glamuroso, *cool* y rebelde propio de las industrias culturales más frívolas y triviales. Como apunta E. Martín, lo que los “mass media” del momento se dedicaron en buena parte, fue a “exhumar el mito del artista romántico, aunque reelaborado a partir del ceremonial del éxito y la celebridad de las sociedades del capitalismo” (Martín, 2007: 44).

Matthew Collings⁵³, en un texto publicado en *Artforum* en 1998 acerca de los artistas presentes en *Sensation*, en el que trata de encontrar lo que tienen en común, sugiere que están unidos por su realismo y por su deliberado rechazo a ofrecer soluciones. Más que rechazar el malvado mundo y brindar soluciones reflexivas respecto a lo que puede hacerse, los artistas de *Sensation* parecen decir “aquí tenéis el mundo tal y como es, rechazo vuestros sistemas para arreglar las cosas” (Stallabrass, 2010: 123). De este modo, parece que los artistas de la YBA desarrollaron por sí mismos, o les fueron atribuidos desde fuera, una serie de roles y personajes estereotipados, en los que se vieron constreñidos a representarse mediáticamente a sí mismos. Algunos de estos artistas, intentaron huir de esta tipificación simplista y desmarcarse del sensacionalismo comercial que suponía el mecenazgo por parte de Charles Saatchi.

Es entendible, que algunos de ellos, no se sintieran demasiado cómodos en ese férreo encorsetamiento mediático, pues la narrativa simbólica propia del YBA, hacía ostentación de toda la serie de clichés sobre el mito del artista contestatario, *outsider* del sistema establecido. Aquellos jóvenes artistas, deliberadamente o no, se presentaban adoptando una cierta pose ante el público. Ya fuese una estrategia programada concienzudamente por el marketing artístico, o una manifestación francamente sincera de su verdadero carácter, lo cierto es que esa pose estereotipada, poseía un gran poder mediático y antecedió cualquier discurso crítico sobre la obra. Tal y como apunta Martín, “precedía a la mirada por cuanto era un discurso ya cerrado, ya expuesto con antelación” (Martín, 2007: 46) sin dejar margen para el debate o el cuestionamiento. Las propuestas artísticas que venían fuertemente marcadas por la singularización y la personalización en la figura de los artistas, eran productos cerrados, estancos a la visión externa de la misma, de este modo se distanciaban, protegiéndose de cualquier amenaza de desenmascarar su representación.

⁵³ Matthew Collings nacido en Inglaterra en 1955, ejerce como crítico de arte, escritor, locutor de televisión y artista. Casado con Emma Biggs, con quien colabora en algunas obras de arte. Después de trabajar en la BBC, Collings escribió; “*Blimey! From Bohemia to Britpop: The London Artworld from Francis Bacon to Damien Hirst*,” Publicado en 1997 con humor narra la crónica del ascenso del movimiento Joven Arte Británico (YBA). El cual fue descrito por la revista *Artforum* como uno de los libros de arte contemporáneo más vendidos de la historia reciente.

De las pocos referentes culturales que podemos señalar como fundamentales para el YBA, debemos resaltar, aquellos de tradición puramente británica, desde los anticonformistas de los años 60 a la pura provocación del movimiento *Punk* en los años 70. Así como subraya Martín, “el movimiento que más se prestaba a la identificación era el punk de los 70, fenómeno que además contaba con la ventaja de una denominación de origen prácticamente autóctona. Sin duda, resultaba tentador equiparar el ambiente de hostilidad y decepción en que surgió el punk con el momento actual” (Martín, 2007: 46). Los valores estéticos de la brusquedad, lo rudo y lo amateur del punk, fueron muy bien asimilados y reutilizados en la producción de varios de los artistas del YBA.

Las crudas fotografías, los montajes caseros, los toscos collages mal acabados y el uso de fuentes como periódicos, publicidad, fanzines, revistas, graffiti, cómics y otras manifestaciones de la llamada *baja cultura*, fueron, todos ellos, elementos y técnicas empleadas a lo largo de las distintas etapas desarrolladas por los YBA. De este modo, el grupo ha sido calificado desde distintos ámbitos como los nuevos precursores del nihilismo punk, cuyo impulso más significativo era la negación de un futuro mejor, exaltando la inmediatez y el desmedido presente más sórdido y visceral. Esta huella ideológica y estética, más o menos patente y más o menos impostada, del punk sobre el estilo de los YBA, pone de manifiesto cuanto menos, su evidente intención de presentarse bajo una apariencia con intensas señales de supuesta radicalidad y ácido carácter.

Según Martín, sin embargo, la empresa que el YBA proponía “era menos una etiqueta que la construcción oportunista de un ideal. Este ideal, en realidad, estaba más relacionado con la creación de una imagen de marca para el consumo interno, y para su ulterior exportación al exterior” (Martín, 2007: 45?). Aunque evidentemente, no todos los artistas del colectivo disfrutaron del capital económico del que presumía Damien Hirst, ni muchos de ellos tampoco se consideraban descendientes ideológicos de la filosofía autodestructiva del punk, no fueron pocos, los que sacaron partido de esa construcción mediática para su propio beneficio material.

Entre aquellos, Tracey Emin y los hermanos Chapman, fueron algunos, de los que se entregaron plazeramente a la representación teatral de sí mismos, ante la esfera del arte, medios y públicos. Tal es así, que resulta hoy paradigmática, la polémica escena de Tracey Emin en la televisión pública británica en el 1997, en la cual abandonó el plató del programa, en medio de un debate, que era incapaz de sostener por encontrarse en un evidente estado de embriaguez.

Así tal y como indica Martín, esta lamentable y ridícula escena, entre otras cosas, ocupó el puesto número ochenta y uno en el ranking de los 100 momentos preferidos de los lectores de *The Observer*. Una muestra más del grado de penetración mediática que los miembros del YBA estaban dispuestos a asumir, al tiempo que los públicos, parecían disfrutar con los excesos y desvaríos representados para ellos. Será bajo estas premisas, donde se forjará la identidad de marca del concepto YBA, entre los principios y valores del mundo del espectáculo mediatizado, el snobismo de la esfera del arte y la actitud punk impostada de sus miembros más corrosivos (Martín, 2007: 45).

6. El posicionamiento político-social

Parece bien extendida en Europa, la idea, de que en la historia del arte tradicional, Inglaterra no había destacado demasiado por su contribución significativa en la esfera de las artes plásticas. Muy frecuentemente ha sido aventajada por nacionalidades vecinas, más estimadas en sus aportaciones a las bellas artes, como la escuela francesa, italiana o la propia española.

Instaurándose así, un lugar común, considerando históricamente al Reino Unido, como el lugar de nacimiento de grandes escritores y poetas, pero no tanto de grandes pintores o escultores. Por un lado, la dificultad que entrañaba exportar a un artista y por otro, su reputación como estado insular decididamente aislado de Europa, no ayudaron a contrarrestar esta, merecida o no, negativa valoración del arte inglés, especialmente en lo que se refiere a las artes plásticas, como la pintura y la escultura.

Cabría afirmar que, exceptuando determinadas expresiones paisajísticas o retratistas, la expresión artística británica, ha sido históricamente bastante conservadora, en lo que a las bellas artes se refiere. Esta suerte de complejo histórico, parecía medianamente asumido hasta hace relativamente poco tiempo. En la actualidad, la relación más extendida en Inglaterra entre público y arte contemporáneo, viene a ser resultado de una trayectoria que viene gestándose desde los años de bienestar y bonanza tras la posguerra mundial, relación que parece estar basada en una irónica desconfianza y un relativo recelo mutuo.

Desde los años ochenta, la opinión pública británica ha ido polarizándose en dos extremos bastante antagónicos. De un lado, encontramos entusiastas liberales defensores del arte actual, frente a los detractores de la inmoralidad, que defienden las formas políticamente correctas y bienintencionadas británicas, muy críticos con los mensajes, así como con las modalidades formales elegidas. Así en Gran Bretaña, se ha desarrollado un apoyo procedente del dinero público mucho menor que en Europa, para el arte contemporáneo, así según describe Simon

Ford⁵⁴, respecto al panorama británico del momento “el arte actual tiene una particular energía porque nos hemos estado moviendo del estado de bienestar al mercado libre. No sufre por los constreñimientos del patronazgo estatal. Hay una atmósfera de liberalismo y una liberación de las responsabilidades sociales” (Ford, 1994: 5).

En el resto de Europa, el joven arte contemporáneo es fuertemente dependiente de las instituciones financiadas por el estado. Así en numerosas ocasiones, si los museos y centros de arte no patrocinan y organizan dichas exposiciones, es bastante complicado que se lleven a cabo. Es en este ámbito, donde a diferencia de otras ciudades europeas, el modelo británico, con sus limitadas ayudas a la hora de subvencionar las artes, parecen promover, o más bien no dar otra salida, que los artistas locales se organicen para hacerlo ellos mismos.

A pesar de las supuestas virtudes, que pueda suponer la liberación formal y la desvinculación de los artistas tanto del apoyo institucional, como de la reivindicación de derechos de las clases sociales menos favorecidas, desde sus inicios, surgieron numerosas dudas sobre su mérito artístico, sobretodo, tras su arrollador éxito comercial internacional. Tal y como nos describe Martín, “En Gran Bretaña, la izquierda ha reclamado tradicionalmente el arte como suyo, entendiendo que el arte, debería estar al servicio de la gente y que los artistas eran indudablemente antisistema. Sin embargo, enfrentados con tal aburrida y programática actitud, realmente era más radical aceptar al sistema y trabajar de su lado” (Martín, 2007: 40). Esta débil, descarnada e ingenua justificación ideológica, revela una comprensión muy específica y oportunista de la práctica artística. Posicionamiento, que parece tratar de legitimarse a sí mismo, a través de una estrategia de agresión directa al público, cargando las tintas del mensaje en la supuesta juventud radical del artista y en el ejercicio de un irreprochable nihilismo vital.

⁵⁴ Simon Ford es un escritor e historiador del arte, anteriormente bibliógrafo de *Colecciones Especiales* en la Biblioteca Nacional de Arte del *Victoria & Albert Museum*. También editor adjunto de la revista *Mute*. Realizó su doctorado en el Instituto de Arte Courtauld en 2000 con su trabajo en el vanguardismo en Gran Bretaña, 1969-81. Colaborador habitual de las publicaciones sobre arte y cultura; *Mute*, *Art Monthly* y *Texte zur Kunst*.

7. Valoración ética y social.

Resulta llamativo contemplar, como muchos de los componentes de este aglutinante artístico, han realizado declaraciones insistiendo en que las obras realizadas no poseen ningún tipo de responsabilidad social ni moral. De hecho, ambas posiciones, sociales y morales, son frontalmente rechazadas, no solo porque el compromiso ideológico en la escena británica del momento parecía estar ya muy desfasada, sino porque para ellos, en el arte de su tiempo, ya no es materialmente posible el compromiso ideológico.

Según apunta Stallabrass, resulta “importante darse cuenta de que se trata menos de una falta de interés por estas cuestiones, y más de un rechazo ideológico y teórico de las mismas” (Stallabrass, 2010: 114). En esta misma línea, podemos encontrar numerosas declaraciones por parte del propio Damien Hirst declarando en su libro; *I Want to Spend the Rest of My Life Everywhere, with Everyone, One to One, Always, Forever, Now*, afirmaciones como; “No tengo conciencia social (...) no podría esforzarme por trabajar con la cuestión de la integridad, no tendría sentido” (Hirst, 2006: 17). Incluso parece significativo que esta actitud, resulte tan común, que casi podría considerarse un elemento distintivo de la línea ideológica del colectivo YBA.

Igualmente es pertinente, recoger el apunte que hace Stallabrass sobre el gran aprecio que siente Hirst por algunas de sus fuentes de inspiración, como una colección de libros de patología con ilustraciones de personas con diversas mutilaciones, por la cual Hirst siente un gran aprecio, afirmando cosas como que son “objetos absolutamente deliciosos y deseables de cosas absolutamente indeseables e inaceptables. Son como libros de cocina” (Stallabrass, 2010: 114).

La actitud que revela respecto a la muerte en ese tipo de afirmaciones, es de una total fascinación morbosa, pero al mismo tiempo, una aparente insensibilidad descarnada absoluta. Lo que vemos reflejado aquí, junto a la negativa generalizada de los artistas, a asumir responsabilidades por las obras que producen, como apunta Stallabrass, es muy similar a otra característica propia de la prensa sensacionalista británica: “la explotación consciente de los temas abordados, la

indiferencia respecto a los sentimientos o el destino de los asuntos que tratan en su obra” (Stallabrass, 2010: 114). Este evidente declive de la moralidad, falta de compromiso ideológico y responsabilidad artística, es un tema común, que aparece en repetidas ocasiones en obras muy diferentes.

En esta misma postura escéptica y cínica, Jack Chapman al ser preguntado sobre el significado ideológico de una de sus controvertidas obras de maniqués expuestas en la famosa muestra “Sensation”, contestó que el significado tras la obra “lo tienes que descifrar tú. Quiero decir, la obra funciona. Si la obra no funcionara, entonces es cuando necesitaríamos contar que significa todo esto”. (Stallabrass, 2010: 115). Según describe Stallabrass, “para este tipo de artistas, vivimos en una época de decadencia de los ideales: los dioses han caído, es muy probable que la humanidad esté condenada y no hay nada que nadie pueda hacer, aparte de seguir adelante, tal vez mejorar la propia situación, a la vez que se disfruta del espectáculo del hundimiento general” (Stallabrass, 2010: 115).

Así, buena parte de la clase trabajadora y casi la totalidad de la clase media, en Inglaterra, durante las últimas décadas del siglo XX y las primeras del XXI, redescubrieron las cómodas bondades del sistema de consumo, de los espectáculos de masas como el deporte, la prensa del corazón o los contenidos de la telebasura. Hechos, antes los cuales Stallabrass se cuestiona; “¿Qué es lo que ha desencadenado esta abierta aceptación de la *baja cultura* y sus pautas de comportamiento? ¿Qué ha permitido que los vestigios del porte y la moral burguesa desaparezcan? ¿Qué ha hecho que ciertos sectores de la clase media crean siquiera, que beber cerveza, es cultura?” (Stallabrass, 2010: 175), ante tal aluvión de cuestiones sensibles, este argumenta que existen dos principales causas, muy interrelacionadas entre sí.

La primera de las causas, según Stallabrass, se centra en el desmantelamiento del sistema comunista en el este europeo, unido este hecho histórico, a la derrota ideológica, política y económica de la clase trabajadora en todo el occidente. Por lo que a pesar, de que en la exitosa exposición de *Sensation* se pudiera entrever la sombra de la cultura de la clase trabajadora, en ella, se representaban tan sólo, sus

aspectos más soeces y estereotipados. De este modo, tras el hundimiento socialista y la falta de alternativas politicoculturales, en las propuestas artísticas de los YBA se nos ofrece, según Stallabrass, un nacionalismo populista fácil y una actitud cínica *hooligan*, que no resulta en ningún sentido eficaz para atajar las problemáticas vigentes, pero que sirve como válvula de escape ante la frustración social generada.

Los elementos nacionalistas y aparentemente populares del arte YBA, podrían explicarse en parte, desde una perspectiva como reacción posicional contra el gusto imperante cosmopolita, culto y burgués del mundo del arte que imperaba internacionalmente, antes de su aparición. Será otro hundimiento de las estructuras sociales, según Stallabrass, el segundo elemento fundamental en este desvirtuado retorno burgués, en busca de la identidad más estereotipada de la clase trabajadora. En esta ocasión, el derrumbamiento se tratará del desengaño del consumismo como sistema, el cual ha ido acompañado por cada vez más intensas crisis del sistema capitalista.

Un modelo, que ya no puede asegurar uno de los principios básicos de toda civilización, donde los ciudadanos, ya no pueden suponer que sus circunstancias mejoren con el tiempo, y han empezado a asumir, como natural, que el futuro de las próximas generaciones puede no ser mejor que el presente (Stallabrass, 2010: 176?). En medio de este altercado social, irrumpen los YBA con sus propuestas nihilistas, cínicas y despreocupadas. Según Stallabrass, en el momento en el que la clase media se había liberado de los fantasmas de las mejoras sociales, tanto del socialismo como del capitalismo; ¿Qué opción mejor nos queda por hacer sino simplemente celebrarlo? Según el autor, estas son las circunstancias por las que los ideales históricos de la sociedad burguesa se encuentran en tan baja forma. (Stallabrass, 2010: 176). Así según esta perspectiva, si el movimiento YBA tuvo aquella legitimación social y de mercado, no parece ser por otro motivo, que el por el hecho de que la propia sociedad británica, en cierto modo lo precisaba. Las galerías privadas pudieron contar con nuevos y jóvenes talentos, comparativamente mucho más económicos, especialmente conveniente durante un severo periodo de recortes.

Las instituciones públicas dedicadas al arte actual, podían justificar sus funciones y su financiación estatal en un momento en el que los compromisos sociales se estaban cuestionando, incorporando, al mismo tiempo, un nuevo público más mayoritario, proveniente de las clases medias, un público, que se veía invitado a participar del espectáculo del shock, donde todos tenían voz y voto para justificar o condenar cualquiera de las propuestas del momento. A pesar del revuelo producido socialmente, el apoyo institucional previo a esta tendencia, bajo el gobierno de los partidos conservadores, fue bastante limitado y algo escéptico, orientado principalmente a la promoción y la exportación internacional, tal y como hemos visto, en detalle anteriormente. Hasta entonces, se percibía que eran excepcionales las obras de arte contemporáneo que conseguían acercarse a un público masivo, pues por lo general, la lejanía entre el artista y el público, más familiarizado con un sistema clasista del arte, obligaba a que permaneciesen ambos, a una cierta distancia.

Un aspecto fundamental del YBA, es que a pesar de sus supuestos orígenes humildes, no se presentan para combatir socialmente por ninguna causa, pues no suele mostrar ninguna simpatía o compromiso con ningún segmento de la población menos favorecido. El cual, por aquel entonces en Inglaterra, no solo era bastante numeroso, sino que además había experimentado, ya desde mediados de los setenta, unos profundos cambios que lo desprotegían socialmente, cambios fomentados durante el gobierno de Margaret Thatcher. Muy por el contrario, estos artistas de la YBA, tal y como apuntará Stallabrass, solamente aspiran a intervenir sobre “su entorno urbano más cercano, que ellos ayudan a moldear y que quizás después pueda ser invadido por un sector de la clase media culta: artistas, visitantes de galerías y compradores de libros de arte” (Stallabrass, 2010: 206). Es decir estos se limitan, a ocupar posiciones dominantes dentro de la estructura social metropolitana, dirigiendo sus acciones a medios de comunicación y clases sociales elevadas. Agentes que favorecerán su legitimación dentro de la esfera del arte, así como su ascenso, en el escalafón de la escena británica.

8. Influencias e inicios conjuntos en la mítica Goldsmith College.

El clima económico-social descrito a mediados de los años ochenta, en Inglaterra, propició que ante la ausencia de oportunidades laborales, muchos artistas del momento se entregasen al ejercicio de la docencia y será el Goldsmith College uno de los que supo sacar mayor provecho a tales circunstancias sociales.

El hecho de incorporar nuevos docentes, que a su vez, eran verdaderos artistas con conexiones en el complejo mundo del arte, suponía una ventaja extraordinaria para el prestigio y las dinámicas internas del Goldsmith College. Maximizando los recursos de los que disponía, el Goldsmith, pronto se ganó una merecida fama de institución de enseñanza liberal, donde se valoraba la libertad creativa por encima de otros factores.

Esta gran dosis de libertad en la inspiración y creación que se incentivaba desde el propio *College*, estimuló con creces la pluralidad de propuestas de sus estudiantes, pues casi todo tenía cabida en sus clases. Así como señala Martín, "en su empresa de cultivar la pluralidad, el Goldsmith llegaba tan lejos como para tratar a los estudiantes como artistas consumados tan pronto como se matriculaban en sus cursos" (Martín, 2007: 34), un modo de aproximarse al alumnado, tan estimulante y comprometido, que indudablemente provocaría gran seguridad y autoconfianza en los futuros artistas, entre los que se encontraban numerosos miembros del inminente YBA. Por otro lado, tal y como apunta, Elisabet Martín, "de alguna forma, el trabajo freelance de estos profesionales impuso una dura lógica del mercado dentro de la praxis académica. Sus enseñanzas se caracterizaban por un alto grado de realismo y un especial énfasis en la necesidad de profesionalización" (Martín, 2007: 34). Factor, que del mismo modo, tendría una consecuencias directas sobre los futuros creadores YBA, los cuales, desde una edad bien temprana, supieron enfocar sus carreras y propuestas al mundo del mercado del arte, de las galerías y los coleccionistas privados.

Los principales responsables de este giro tan característico en la enseñanza artística fueron, entre otros; Jon Thompson⁵⁵, personalmente comprometido con el desarrollo del arte británico, pero la figura referencial del movimiento será el reconocido artista, Michael Craig-Martin⁵⁶. Su obra, de claro corte conceptual, se define por desafiar las asunciones del espectador, como en el caso de su obra más destacada, perteneciente a la colección de la Tate, *An oak tree* (Un Roble). Obra de 1973 que consiste en un vaso de agua sobre una estantería de cristal, la acompaña un texto en el que Craig-Martin razona consigo mismo en el sentido de que el vaso de agua no simbolizaba el roble, sino que se trata del roble en sí mismo.



***An oak tree* (1973) Michael Craig-Martin. Fuente: arnet.com**

⁵⁵ Jon Thompson (nacido en 1936) es un artista, comisario y académico conocido por su participación en el desarrollo de la generación de artistas YBA. Como Jefe del Departamento de Artes en el Goldsmiths en la década de 1980, Thompson fundó nuevas disciplinas y especialidades, permitiendo que los estudiantes pudieran circular libremente entre las diferentes modalidades prácticas, como pintura, escultura, fotografía o impresión. En el pasado su propia creación artística se movió desde la pintura a la fotografía conceptual y la escultura, pero desde su retiro de la enseñanza, Thompson se ha concentrado en una suerte de pintura abstracta. Este separó Goldsmiths de la dominación de las escuelas de arte como la St Martins. En 1988 participó como comisario de la ya mítica exposición *Freeze* junto con varios estudiantes de arte.

⁵⁶ Michael Craig-Martin, (nacido el 28 de agosto 1941) es un pintor y artista conceptual contemporáneo. En 1966 Craig-Martin se mudó a Inglaterra para enseñar, y finalmente enseñó desde 1973 en el Goldsmiths College de Londres, donde permaneció como una gran influencia para los estudiantes durante de los años 1980 y 1990. Sus primeros trabajos hacen referencia deliberada a los artistas estadounidenses que más admiraba, como Donald Judd, Jasper Johns y Robert Morris. A pesar de que su obra se vio especialmente afectada por el minimalismo, y que utiliza materiales comunes del hogar en sus esculturas, su obra se caracteriza por romper expectativas y jugar en contra de la lógica preconcebida por parte del público.



Detalle de la serie; *Cabinets* (2010) Damien Hirst. Fuente: *arnet.com*

Esta obra de Craig-Martin, nos resulta muy significativa y relevante a la hora de entender la obra que posteriormente desarrollaría Demian Hirst, pues tanto su directo corte conceptual minimalista, como la elección de los fríos materiales que la conforman, presentan similitudes, más que evidentes con múltiples obras posteriores de Hirst .

Entre los alumnos aventajados de Craig-Martin podemos encontrar a la mayoría de los creadores asociados al colectivo originario de los YBA, tales como el citado Damien Hirst, Sarah Lucas, Gary Hume, Simon Patterson, Mat Collishaw, Michael Landy o Abigail Lane. A su vez el ilustre profesor, declararía en una entrevista de 1996, tal y como rescata Martín en su estudio, en la que Craig-Martin afirmaba que “estaban viviendo el momento más excitante del arte británico” (Martín, 2007: 36), declaraciones que se enmarcan tan solo unos meses después de haber concedido el premio nacional Turner a Damien Hirst.

9. Las dos grandes exposiciones referenciales del YBA:

9.1 El surgimiento del colectivo, la exposición Freeze

En 1988, un grupo de estudiantes del Goldsmiths College, con Hirst entre los más destacados, decidieron exponer sus obras más destacadas en un edificio público abandonado en el barrio londinense de Docklands. Aquella muestra fue titulada *Freeze* y, como ya mencionamos anteriormente, llegará en poco tiempo a posicionarse como el referente, casi mítico, de punto de partida oficial del recorrido del colectivo YBA.

Con *Freeze*, sus integrantes obtuvieron una gran difusión mediática y no pocos de ellos, iniciaron su carrera en el mercado del arte profesional, pues la mayoría de los artistas que expusieron en *Freeze*, fueron vinculados a distintas galerías privadas de la metrópoli británica. La exposición se mostró como un mecanismo eficaz para atajar el extenso y complicado proceso por el que los jóvenes artistas del momento, debían desarrollar su aprendizaje, antes de conseguir tales contratos en galerías privadas. Entre los presentes en *Freeze* que cosecharon éxito comercial figuraron; Mat Collishaw, Damien Hirst, Gary Hume, Michael Land, Abigail Lane, Sarah Lucas, Richard Patterson y Simon Patterson. Lo que supone nueve artistas de un total de dieciséis, más de la mitad de ellos, lo cual, comparado con la escasísima cantidad de jóvenes artistas que tratan de conseguir contratos con galerías privadas, puede interpretarse como un éxito bastante considerable.

Resulta incoherente negar que la conocida exposición del 88, tuvo una repercusión crucial en la perspectiva de arte británico del momento. Aunque también pudieran llegar a ser algo excesivas las declaraciones del crítico del diario *The Guardian*, Jonathan Jones, el cual escribió, que dicha exposición “ocupaba un lugar en la leyenda del mundo del arte equivalente a la pintura de Picasso de Les Femmes d’Alger o el cabaret Dadá en el Zurich de la Primera Guerra Mundial”(Jones, 2003). Más allá de grandes ostentaciones sobre el impacto que pudo suponer o no, en la historia del arte, lo que no cabe duda es que supuso un referente para la escena del arte del momento, la cual se vio inspirada, o empujada a realizar

algunos profusos cambios en sus modos de actuar. Lo más significativo, pero de igual modo quizás inevitable, es que estos cambios comenzaran a fraguarse en plena recesión económica, cuando los primeros integrantes de la YBA, con Damien Hirst a la cabeza, hicieron algo que en aquel momento no estaba realizando nadie, organizar, financiar, gestionar y publicitar su obra y exposición de forma completamente autónoma. Esta iniciativa, emprendida principalmente por la figura de Damien Hirst, supuso un giro importante en la forma de entender el mundo del arte británico del momento.

Desde las múltiples narraciones mediáticas que se han hecho eco del evento, da la impresión, que la lección que de Freeze se quiere transmitir, reside en la repetida idea, de que surgió de la nada más absoluta, y encima durante uno de los peores momentos de crisis económica. En esta línea, Martín llega a argumentar que “esta maniobra fue aireada en los medios como un suceso mítico en sí mismo. La desproporción del fenómeno ha alcanzado el status de una auténtica fábula postcapitalista, cuya exégesis podría alinearse con otros pilares fundamentales en las narrativas del nuevo orden mundial” (Martín, 2007: 32).

En sus funciones como comisario, Hirst trató de guiarse por su intento de seleccionar a los mejores de sus compañeros de promoción de la Goldsmith College, tratando de presentar exclusivamente, las obras de más alta calidad entre los seleccionados, lo cual en buena medida consiguió. Lo que no se menciona demasiado, es que en aquel momento del 88, el “artista y comisario Hirst”, se encontraba cursando tan sólo su segundo año de carrera, por lo que esta iniciativa adquiere una dimensión mayor, casi como un manifiesto de principios, donde se proclamaba la imperiosa necesidad de atención y éxito, despreciando cualquier aproximación a la reflexión o al trascurso del tiempo.

Tal y como afirma Martín “Constituía una rebelión contra la idea de licenciarse para dedicarse a madurar tranquilamente unos tres o cuatro años hasta que una galería prestigiosa descubriera a alguno de ellos” (Martín, 2007: 32) La intención explícita de Hirst con el proyecto de *Freeze*, era sin duda, alcanzar un resultado plástico tan profesional, impactante y vendible como fuera posible.

En esta cruzada hacia la profesionalización, Hirst también tenía claro el segundo paso, pues consideraba que era preciso presentar un lustroso catálogo digno de las mejores exposiciones. Con esta idea en mente, se diseñó un catálogo bien elegante, con las cubiertas plateadas, con el interior a todo color y contando con un breve ensayo introductorio de Ian Jeffrey, director del Departamento de Historia del Arte del Goldsmith College.

Acto seguido realizaron un listado con todas las galerías de la ciudad y trataron de asegurarse de que nadie faltase al encuentro, comprometiéndose a recoger en la misma puerta de su casa a personalidades tan influyentes de la escena artística como Charles Saatchi o Norman Rosenthal, secretario de la Royal Academy of Arts. Aunque la elección de la vieja nave abandonada parecía muy poco apropiada para ejercer el glamuroso rol de las galerías de arte, los enormes espacios vacíos de las olvidadas fábricas londinenses resultaban lugares emocionantes para mostrar esta serie de propuestas artísticas fruto de la contemporaneidad más patente. Así como apunta Stallabrass, “de alguna manera, el arte era una excusa para estar allí (...) En estas exposiciones, el carácter del arte y el carácter del local se reforzaban mutuamente (...) Estas exposiciones no se parecían en nada a las que en aquel momento montaba los comisarios profesionales. Estructurados por los propios artistas, destilaban un aire de autenticidad que inducían al público a deshacerse de su capacidad crítica” (Stallabrass, 2010: 49-52).

La misma concepción de la muestra de *Freeze*, estuvo muy influida por otra anterior, el *New York Art show*, muestra que había impresionado sobremanera a Hirst y sus compañeros, y que se inauguró al público en dos series de eventos entre 1987 y 1988 en la Galería Saatchi. Esta exposición, trajo las propuestas de Joseph Koons, Gobeil y Bickerton entre otros, a Europa, y al Reino Unido en particular, y pudo suponer uno de los factores desencadenantes de la autonomía plástica y referente formal para el inexperto Hirst, respecto al criterio dominante en la esfera del arte de la Inglaterra del momento.

De aquella muestra, utilizará también tácticas de *shock*, a su vez provenientes de las vanguardias históricas y de movimientos contraculturales posteriores como el *punk*. Así según Martín, “las aspiraciones de convertir Londres en la nueva meca mundial del arte contemporáneo” (Martín, 2007: 12), podían ser impulsadas desde el germen que esta muestra generó en sus inicios. Pues parecía aportar los motivos necesarios para alimentar los mitos del joven artista suburbano, rico, famoso y turbulento, en torno al que construir con maña, toda una promoción colectiva, fruto de las dinámicas socioculturales de la ciudad en la que vivían.

Tras el éxito, casi inmediato, en la promoción y repercusión de la muestra, Hirst y Carl Freedman⁵⁷, llegaron a formar una empresa, para presentar en grandes exposiciones los trabajos de los recién licenciados en bellas artes. Dichas exposiciones, pusieron de manifiesto que las muestras realizadas por artistas auto-comisariados, en galerías improvisadas y efímeras, podían ser un éxito. Este triunfo no se debió tan solo al azar o la casualidad, pues los implicados en la organización, se desvivieron por montar una exposición con una apariencia de verdadera profesionalidad. Pero sobretodo, en el caso de *Freeze*, por conseguir la presencia de actores muy relevantes en la esfera del arte y los negocios, ya que contó con una lista asombrosa, especialmente para un evento de estudiantes, compuesta por grandes patrocinadores, muchos de ellos relacionados con el sector servicios y con proyectos de desarrollo urbano de la ciudad.

No olvidemos, que la exposición se celebró en un edificio antes ocupado por las autoridades portuarias de Londres, y tal y como señala Stallabrass “fue en parte financiado por la compañía para el desarrollo del puerto de la ciudad, por lo que ya en la conceptualización de este nuevo arte existía un vínculo con la gestión económica de la administración”(Stallabrass, 2010:51).

⁵⁷ Carl Freedman, nacido en el 1965, es actualmente el fundador de la Galería Carl Freedman. Anteriormente trabajó como escritor y comisario de exposiciones, inicialmente con Damien Hirst, en su contribución al lanzamiento del fenómeno de los Jóvenes Artistas Británicos. Freedman y Damien Hirst habían sido buenos amigos en Leeds, antes de que Hirst se trasladase a Londres. Siguiendo la muestra de Damien Hirst en *Freeze* en el 1988, Freedman, junto a Billee Sellman, organizará dos influyentes muestras más en el año 1990; *Modern Medicine* y *Gambler*, en una antigua fábrica de Bermondsey. Para presentar la muestra de *Modern Medicine*, lograron recaudar relevantes patrocinios de figuras del mundo del arte, entre ellos por supuesto, se encontraría la figura de Charles Saatchi.

Pareciendo que en cierta medida, estas exposiciones fueron fruto y respuesta a la supresión y abandono, tanto del desarrollo y promoción de las artes, como a las ayudas sociales por parte del estado, propio de las políticas de la época de Thatcher, de la que ya citamos anteriormente, como factores sociales decisivos.

De este modo, como señala Stallabrass, “*Freeze* resultó ser una forma inspirada y exitosa de sobrevivir a la adversa situación económica de principios de los noventa –una manera de llamar la atención de las escasas galerías que todavía se dedicaban al arte puntero- o, al menos, de mantenerse en el candelero hasta que la cosa mejorara” (Stallabrass, 2010: 52). Aunque a nivel formal, no son pocos los que consideran que las propuestas expuestas en la muestra, no supusieron en caso alguno, la conformación de una remota nueva vanguardia, o ni siquiera de un colectivo propio significativo, pues se considera que los YBA, al no estar fraguados en unos valores, principios o programa común, limitándose su unión, tan sólo, a ciertas directrices temporales. Para muchos expertos y críticos de arte, entre ellos Stallabrass, el YBA “tampoco se trató de nada particularmente nuevo o radical” (Stallabrass, 2010: 51). Los artistas del YBA, en cierto modo, aislados de legítimos especialistas y expertos del arte, se autodenominaron artistas-comisarios, que vendrían a representar en la esfera del arte, una suerte de novedosas figuras curiosamente híbridas.

Por lo que más allá de su “verdadera” innovación como colectivo artístico, la imprevista aparición, de este curioso actor híbrido, supuso para el sistema del arte del momento, y en particular para las figuras de los comisarios y la crítica, significativas consecuencias que llegaron mucho más allá de lo esperado.

Alguna muestra de las opiniones discordantes del momento, la encontramos en la figura del crítico Matthew Collings, el cual declaró en su día, que el trabajo que vio en *Freeze* le pareció “local y falto de interés, y que quizás no hubiera existido sin la actividad previa de la Saatchi Gallery” (Martín, 2007: 33), pues era evidente la similitud entre ambas líneas propositivas.

En una exposición como *Freeze* nos encontramos como organizador, comisario, artista, consultor, recaudador de fondos, experto en marketing y publicista de la muestra, a la misma persona, el astuto Damien Hirst, en el que seguramente, la figura de Charles Saatchi pudo verse reconocido en ese impulso arrollador que les asemejaba tanto. Lo que definitivamente deslumbraba de Hirst no eran sus obras en sí, sino su actitud, un estilo, impostado o no, desafiante, provocativo, juvenil en aquel momento, y cuya potencialidad, debió ser bastante evidente para un experto en comunicación e inversiones como él.

Siguiendo estas premisas, los YBA pretendían con *Freeze*, construirse su propio atajo alternativo hacia el éxito y la legitimidad artística y aunque el éxito fue gratamente alcanzado, especialmente en el plano comercial, trajo consigo un cuestionamiento constante, respecto a su legitimidad artística, desde sus más breves comienzos. Tal y como afirma Martín, “el rasgo que predominaba en *Freeze*, fue la disparidad de las propuestas. De hecho, podría decirse que la diversidad era la norma. (...) A pesar de compartir un cierto clima estético, los trabajos allí presentados se caracterizaban por su eclecticismo, hasta el punto de comprometer seriamente el impulso homogeneizador de la crítica” (Martín, 2007: 33). En el caso de los fundamentos teóricos en los que se basó la propuesta de *Freeze*, da la impresión que toda la columna argumentativa, más allá del discurso vehemente del catálogo y de la cobertura mediática que obtuvo, no consigue definirse en nada específico, sino mas bien, se escudan sobre una serie de manifestaciones imprecisas, sarcásticas y redundantes.

Aunque eso sí, logró autoproclamarse como manifestación de lo visceral y marginal, mientras que al mismo tiempo, alcanzaba un dominio mediático abrumador, lo que lo convierte en un caso paradigmático de cómo en nuestro tiempo, una propuesta artística supuestamente “alternativa y vanguardista”, puede coexistir con unas aspiraciones de carácter abiertamente frívolas, comerciales y con gran ambición de autopromoción, sin entrar en demasiadas contradicciones a ojos de su público.

Freeze supuso así, una especie de presagio inicial de lo que sería la “nueva ola” , en la tendencia del arte británico de los noventa. A lo que fue sumándose en gran medida, la apuesta y financiación de Charles Saatchi, la cobertura de los grandes medios nacionales y la labor de apoyo y propaganda institucional por parte del British Council. Con todo ello, las conocidas mitologías de nuevos artistas de rompedoras vanguardias, parecieron actualizarse en una pura campaña de comercialización, cabalmente orquestada. Será a partir de la exposición *Freeze*, que la dominación de la influencia del *joven artista contestatario* comience a fraguarse en Inglaterra para la década de final del siglo XX.

9.2 La consagración internacional, la muestra *Sensation*

El controvertido evento se desarrollará en el mes de Septiembre de 1997, inaugurándose en la ciudad de Londres, en concreto en la *Royal Academy of Arts*⁵⁸, sociedad que ostentaba el honor de ser la más antigua escuela de arte de Inglaterra. La exposición *Sensation. Young British artists from the Saatchi Collection*, en la cual estarán expuestos, nueve de los dieciséis artistas génesis de la previa *Freeze*, supondrá en sus inicios, un enérgico varapalo a la respetable reputación de la Royal Academy.

El estilo británico de la Academia, algo vetusto y anticuado, se verá puesto contra las cuerdas por esa actitud inconformista y contestataria de la que hacían gala los YBA, así como su punta de lanza con Charles Saatchi a la cabeza. La responsabilidad de tan peculiar maridaje entre la extravagante Galería Saatchi y la respetable y arcaica Royal Academy recaerá sobre los hombros del secretario de la Royal Academy; Norman Rosenthal⁵⁹, comisario de la muestra y uno de los participantes de los textos argumentativos del catálogo.

⁵⁸ Royal Academy of Arts, es una institución artística de Londres, con sede en Burlington House, en la calle Picadilly. Entre sus aspiraciones y valores destacan el promover el conocimiento, el entendimiento y la práctica de las artes visuales internacionalmente. La Real Academia surgió a partir de una disputa entre los arquitectos Sir William Chambers y James Paine por el liderazgo de la Sociedad de Artistas. Paine ganó, pero Chambers juró venganza y usó sus conexiones con el rey para crear una nueva institución artística, la Real Academia, en 1768. Sir Joshua Reynolds fue el primer presidente, y Benjamin West, el segundo. La Real Academia no recibe apoyo financiero del estado ni de la Corona. Obtiene ingresos principalmente de sus exposiciones y de donaciones privadas. La Academia dirige también una escuela de arte para postgraduados, con sede en Burlington House.

⁵⁹ Sir Norman Rosenthal, nacido en 1944, es un comisario e historiador de arte independiente. De 1970-74 él era el *Exhibitions Officer* del *Brighton Museum and Art Gallery*. En 1974 se convirtió en comisario del *Institute of Contemporary Arts* de Londres, dejando el puesto en 1976. Al año siguiente, en 1977, se unió a la *Royal Academy* de Londres como Secretario de Exposiciones, donde permaneció hasta su dimisión en 2008. Rosenthal es, y ha sido, miembro del consejo de numerosos organizaciones culturales nacionales e internacionales desde la década de 1980. Actualmente es miembro de la junta gestora del Ballet Nacional Inglés. En 2007, fue galardonado con el título de caballero en la Lista de Honores del cumpleaños de la Reina. Rosenthal es fundamentalmente conocido por su apoyo al arte contemporáneo, y está particularmente asociado con los artistas alemanes Joseph Beuys, George Baselitz, Anselmo Keifer y Julian Schnabel, el pintor italiano Francesco Clemente, y en especial a la generación de artistas británicos de los años noventa, conocidos como los YBA (Young British Artists).

El motivo por el que tan distinguida institución se prestó a tal sutileza, recayó según algunos expertos, entre ellos Elisabet Martín, en “el déficit de dos millones de libras que lastraba sus libros de cuentas. A diferencia de la mayoría de los museos británicos, la RA no es una entidad pública. Su financiación es privada, y proviene en gran parte de la venta de entradas” (Martín, 2007: 69). “*Sensation*” estaba especialmente concebida y estudiada para impactar visualmente al espectador. En ella se recogían mas de cien obras perteneciente a más de cuarenta artistas, y todas las obras allí expuestas eran propiedad exclusiva del magnate de la publicidad, Charles Saatchi. Hecho, que sin duda, otorgaba un gran protagonismo al coleccionista frente al peso de los artistas o al del propio, Norman Rosenthal, secretario de la Royal Academy y comisario principal de la muestra.

Todos los grandes medios nacionales, así como numerosos internacionales, se volcaron con el señuelo promocional del *shock* y la provocación de la que la muestra tanto alardeaba. Generando una oleada casi infinita de noticias y artículos de opinión a favor, y en contra, del buen gusto, la ética y la libertad expresiva, que supuestamente se pusieron en entredicho en la muestra de *Sensation*. Tal expectación de fenómeno grandilocuente y morboso promovido, voluntariamente o no, por los medios, logró superar con creces todas las expectativas de asistencia de público más optimistas.

Por la puerta de entrada de *Sensation* acudieron “1.500 personas el día de la inauguración, y una media de 3000 visitantes, para cuando la muestra se clausuró, se había alcanzado la cantidad de 300.000 espectadores, sin duda alguna, una cifra record para una exposición de arte contemporáneo en la que además había que pagar entrada” (Martín, 2007: 70). Paradójicamente, la reacción tan visceral y retrógrada de muchos de los medios conservadores contribuyó en una gran proporción al absoluto éxito sin precedentes, que alcanzó *Sensation* en términos de visitas y participación.

El principal objetivo de los ataques de aquellos medios, no residía en el sensacionalismo populista de sus propuestas, la falta de madurez, el empleo morboso del shock o las descaradas estrategias autopromocionales, sino que por el

contrario, toda esa irritación censora se dirigía hacia una única obra, en concreto el retrato titulado, *Myra* de Marcus Harvey⁶⁰ (Stallabrass, 2010).



Instalación de *Myra* de Harvey en *Sensation* (1997) Fuente: *arnet.com*

A pesar de no ser la única, la controversia que la obra de Harvey generó fue una de las más intensas de la muestra, pues la obra consistía en un retrato de Myra Hindley⁶¹, una de las criminales más conocidas del Reino Unido, condenada por haber participado en torturas y asesinatos de múltiples niños.

⁶⁰ Marcus Harvey, nacido en 1963 en la ciudad de Leeds, es un artista Inglés, uno de los miembros del colectivo denominado, Young British Artists (YBA). Harvey ha mostrado sus piezas en numerosas exposiciones internacionales, incluyendo *"The Führer's Cakes"* en la Galleria Marabini en Bolonia, *"Snaps"* y *"White Riot"* en la White Cube de Londres, *"Sex and the British"* en Galerie Tadeo Ropac en Salzburgo, *"Crucible"* una exposición de esculturas celebrada dentro de la catedral de Gloucester, y *"London Calling: Young British Artists Criss-Crossed"* en Galería Kaare Berntsen en Oslo. Fue incluido en la serie de exposiciones "Young British Artists" en la Galería Saatchi en el 1995 y estuvo en otros muestras importantes del YBA como el *"In the darkest hour there may be light"* en la Serpentine Gallery.

⁶¹ Myra Hindley, nacida en Julio de 1942 y fallecida el 15 de noviembre de 2002. Sentenciada cómplice de asesinatos infantiles en serie en Inglaterra. Asesinatos llevados a cabo por su novio entonces, Ian Brady. Fue condenada a cadena perpetua junto con su novio el 6 de mayo de 1966. Fallecida finalmente en prisión debido a una infección pulmonar.

En el cuadro se utilizaba como modelo referente una fotografía de Hindley bastante famosa, en la que voluntariamente, toma una enérgica pose dirigiendo una mirada de aparente dureza a la cámara, tomada en el mismo momento en el que fue arrestada.

Resulta algo irónico que este mero retrato pudiera llegar a convertirse en un fenómeno social, a la par que reclamo mediático, tan potente. Pues ante lo cual, algunos medios, y buena parte de la sociedad británica del momento, escandalizados por los mismos, entraron sin saberlo en el juego de Harvey, proclamando un sonado boicot colectivo a dicha exposición. Ante lo cual, obviamente, no hizo sino acrecentar más aún la afluencia de público. Así se escenificaron algunas escenas bastante peculiares donde los manifestantes trataban de disuadir a los asistentes que esperaban en largas colas el ingreso a la tan *infame* exposición (Stallabrass, 2010).

Winnie Johnson, una de las madres de un niño asesinado en aquel cruento episodio, llegó a escribir una carta abierta a la Royal Academy exigiendo explícitamente la retirada del retrato. La respuesta que recibió por su parte, consistía en una invitación personal para realizar una visita guiada por la exposición. Tras lo cual, Michael Sandle, uno de los académicos de la R.A. presentó su dimisión por este asunto, pues afirmó, que “desde el mismo momento en el que la Academy recibió la carta de Winnie Johnson, pidiendo que no expusiera la obra; *Myra*, poseía un motivo más que justificado para tal petición, ya que se trataba de la madre de un niño torturado y desaparecido” (Stallabrass, 2010: 169).

Del mismo modo, Ann West, la madre de otra víctima, así como una organización benéfica de protección a la infancia denominada, Kidscape, también trataron intensivamente de boicotear la exposición sin ningún éxito, a pesar de un cierto eco y apoyo social que lograron generar inicialmente. Como apunta Stallabrass al respecto, algunos críticos británicos terminaron por afirmar que la obra “*Myra* no condena, sino que simplemente presenta, dejando que el espectador dé con una

respuesta: *Myra*, algo típico del *high art lite*⁶², evocaba una *realidad difícil* sólo para *que se quede ahí, como una confrontación*" (Stallabrass, 2010: 168). Con los humores tan caldeados y las grandes expectativas levantadas con la polémica, parecía casi inevitable que la controvertida obra sufriese algún tipo de ataque o altercado. Así al poco de la inauguración, un sujeto surgido de entre el público lanzó tinta sobre el cuadro y la extendió compulsivamente por la superficie de la imagen con sus propias manos. Por otro lado, un segundo espectador se dedicó a lanzar huevos sobre el cuadro, ante lo cual, los medios británicos más conservadores y sensacionalistas, encomiaron las iniciativas de ambos agresores del cuadro, apelando a la honorabilidad y la moralidad británica.

Si no era suficiente la controversia suscitada con esta obra, algunas otras propuestas de la exposición, no contribuyeron demasiado en apaciguar los ánimos de algunos sectores más reaccionarios. El retrato de gran formato de *Myra* estaba colocado frente a la turbadora instalación de los hermanos Chapman, en la que se representan maniqués infantiles desnudos, reubicando sus órganos sexuales en distintas partes del cuerpo, dando la impresión de que estas figuras aniñadas, con rostros sexuales, parecían jugar frente a la mirada amenazante de *Myra* sobre ellos. Para mas inri, este posible intencionado juego entre obras se podía contemplar nada más entrar por puerta de la Academia, dando pie a interpretaciones explícitas sobre el espinoso tema, aún reciente, de los abusos, torturas y homicidios infantiles.

Del mismo modo, la obra de Chris Ofili, *The Holy Virgin Mary*, la cual presenta la figura religiosa de la virgen María, rodeada por mariposas de papel, donde al aproximarse puedes apreciar, que las imágenes que parecían insectos voladores, son en realidad imágenes recortadas de revistas pornográficas de entrepiernas femeninas mostrando sus genitales, contribuyó notablemente a fomentar también dicha hostilidad.

⁶² *High art lite*, supone un término que acuñó Julian Stallabrass, como sinónimo despectivo a las siglas omnipresente YBA, en su publicación, fundamental para el presente estudio; *High Art Lite. Esplendor y ruina del Young British Art*. *High Art Lite* tiene una mirada bastante crítica con el éxito de los YBA, para Stallabrass, unos "jóvenes británicos" obsesionados con el comercio, los medios de comunicación y el culto a su propias figuras.

La polémica terminó con varias manifestaciones en las puertas de la Royal Academy y la renuncia de cuatro de sus miembros, poniendo incluso contra las cuerdas la propia posición de Norman Rosenthal, comisario y secretario de la Royal Academy. Paradójicamente, con la intención de ir generando expectación y revuelo mediático, será desde la misma Academia, desde donde se suscitaron y avivaron varias de las noticias más polémicas de la prensa y medios, promocionando y facilitando información, sobre algunas de las piezas más controvertidas, incluso mucho antes de la inauguración.

También se hizo público el anuncio de que algunos de los artistas de los YBA, incluidos en la exposición serían propuestos como miembros permanentes de la Royal Academy. Estos a su vez, respondieron públicamente que rechazaban cualquier propuesta para ser miembro de una institución como la Royal Academy, a la que calificaron tal y como apunta Stallabrass “como de gorda, estirada y pomposa, en la descripción de Hirst, y cosas aún peores (...) Aunque desde entonces dos pintores del *high art lite* se han convertido en miembros de la Royal Academy: Gary Hume en 2001 y Fiona Rae al año siguiente” (Stallabrass, 2010: 165). A posteriori, puede dar la impresión de que todo esto se trataba simplemente de generar una gran expectación y polémica ante el fuerte contraste propuesto, aunando el arte más moderno, *cool* e irreverente, con uno de los espacios más conservadores de Londres, marcado por una fuerte fidelidad a la tradición y al honor de los ilustres nombres de sus miembros.

El tremendo éxito de la exposición llegó tan rápido y tan explosivamente, porque venía de la mano de la controversia y la polémica. Contra todo pronóstico, cientos de miles de personas visitaron la colección de arte británico de Charles Saatchi en la Royal Academy batiendo todos los records vistos hasta entonces. Desde entonces el British Council cosechó un gran éxito mostrando, promocionando y exportando el arte de los YBA por todo el mundo. Incluso instituciones como la Tate Britain, a pesar de sus recelos y cautelas iniciales, ha expuesto numerosas de estas obras, sin olvidarnos de la retrospectiva dedicada en exclusividad a Damien Hirst, en las principales salas y galerías del museo.

El éxito de “Sensation” podemos afirmar que supuso el detonante final necesario para situar las propuestas artísticas del YBA, en un tiempo record, en el centro de referencia del sistema del arte internacional. Para Stallabrass “Sensation fue un gran éxito, gracias sencillamente, a que Charles Saatchi consiguió muchos impactos en prensa, contribuyendo a convertir su nombre en una marca. Algo que no habría conseguido solamente con publicidad (...) algo quizás más importante, desde el punto de vista de la Academy, es que atrajo a un tipo de visitantes diferentes, muchos de los cuales nunca habían estado en sus salas, gente más joven y menos provinciana que la gente habitual” (Stallabrass, 2010: 165). Sin embargo, con todo esto, la Royal Academy consiguió atraer también, mucha más hostilidad en su contra de la que en un principio se había imaginado.

Algo bastante significativo fue, que uno de los principales patrocinadores de la exposición *Sensation*, era la agenda cultural y guía de Londres *Time Out*, la cual, publicó un suplemento especial con informaciones sobre los distintos creadores de la muestra, que estaba explícitamente dirigida a un público mucho más joven y cosmopolita al que la desubicada Royal Academy parecía anhelar poder atraer, principalmente para compensar la pérdida de visitantes y salvar la gran deuda financiera que hacía años que venía arrastrando. Como hemos ido estudiando, parece que muchas de las propuestas del YBA fueron concebidas bajo las premisas de la provocación, o el escándalo, hacia los componentes más conservadores de la sociedad inglesa. Tal y como apunta Martín, tal vez el “malestar causado por este tipo de obras tuviese su origen en una conexión de ideas que aparecían bajo el signo del anacronismo. Tradicionalmente, podía entenderse el retrato como un género destinado a fijar en la memoria colectiva a alguien que mereciese ser recordado. La historia del arte está llena de efigies de reyes y reinas, generales, grandes bellezas e ilustres pensadores. Su representación podía concebirse como una semblanza descriptiva o idealizada de la persona, pero también como una proyección de la misma para la posteridad. Tomarse la molestia de hacer un cuadro de una asesina como Myra parecía tener un inexplicable aire de homenaje” (Martín, 2007: 74).

Curiosamente, el debate social no giró tanto, en torno a las concepciones sobre la tradición o la vanguardia, sino más bien, sobre el abuso infantil, el morbo, la apología del crimen y su representación artística. Con estos mediáticos asuntos como bandera de presentación del movimiento YBA, estos artistas, rompieron con las preocupaciones históricas propias del mundo del arte, introduciéndose de lleno en los quehaceres y dinámicas cotidianas de la calle, reutilizado y generando mediáticas noticias en los medios.

Cuando la exposición llegó a la capital alemana en el Berlín de 1998, atrajo del mismo modo una gran cantidad de visitantes, y su programación se extendió más tiempo del planeado inicialmente. En cambio con la llegada a Nueva York, la exposición fue recibida de forma mucho más desigual. Generando de nuevo grandes polémicas sociales y mediáticas en torno a sus obras. Aunque en este caso, la discusión estuvo centrada en la obra de Chris Ofili; *The Holy Virgin Mary*.

Debido al entusiasmo religioso y puritano que algunos de los católicos americanos profesan, se recibió dicha obra, como una mera blasfemia contra la figura de María y su iglesia.

Entre los férreos opositores a *Sensation*, pudimos ver al propio alcalde de la ciudad de Nueva York, el republicano Rudy Giuliani. Desde su oficina municipal, se amenazó al museo con retirarle los fondos públicos, así como al desalojo de sus instalaciones, llegando a amenazar con cerrar las puertas de la exposición en el Brooklyn Museum. A tan solo dos semanas de la inauguración de la muestra, Giuliani, se declara completamente ultrajado por el obsceno contenido de *Sensation*. Numerosos medios, organizaciones y el mismo Giuliani, se declararon profundamente ofendidos por obras de la colección como las esculturas aniñadas de los hermanos Champnam, la tienda de campaña de Tracy Emin, los animales diseccionados y moscas que proponía Damien Hirst, la polémica homicida Myra de Harvey, el disparo de bala de Mat Collishaw, pero sobre todo, por la representación de María de Chris Ofili⁶³.

⁶³ Chris Ofili nacido el 10 de octubre de 1968) es un pintor Inglés Turner, ganador del premio que es mejor conocido por sus pinturas que incorporan estiércol de elefante. Fue uno de los Young British Artists. Desde 2005, Ofili ha estado viviendo y trabajando en Trinidad, donde reside actualmente en Puerto España. Él también vive y trabaja en Londres y Brooklyn.



The Holy Virgin Mary (1996) Chris Ofili. Fuente: khanacademy.org

Se trata de una gran silueta, que pretende representar a una virgen de raza negra, vestida con un manto azul sobre un fondo dorado resplandeciente. El cuadro a su vez está apoyado contra la pared y sobre dos grandes bolas de excrementos de elefante con dos palabras escritas; *Virgen María*.

Una tercera bola de excrementos se coloca en su pecho con dibujos de círculos concéntricos y sobrevolando la figura un enjambre de extrañas mariposas, hechas en collage, empleando imágenes pornográficas, se elevan a su alrededor. Según Martín, cuando Ofili “decidió valerse de las heces, jugaba premeditadamente con la asunción de la sociedad blanca en torno a la cultura negra y sus tópicos de hechiceros vudú, y traficantes de droga. Para la cultura colonialista la cultura colonizada era mierda, pero Ofili, en lugar de rebelarse contra estas concepciones, se identificaba burlonamente con ese rol que le habían asignado (Martín, 2007: 133). Según las palabras del mismo artista, él simplemente se había limitado a realizar una versión callejera de “las madonas de los viejos maestros”. Pues según este, eso es lo que se espera de los artistas negros, “somos los reyes y las reinas del vudú, el brujo, el camello, el *magicien de la terre*. Lo exótico, lo decorativo. Les estoy dando todo eso pero empaquetado de una manera ligeramente diferente” (Martín, 2007: 134).

A pesar de que Chris Ofili empleó en sus muy diversas obras, tanto recursos procedentes de la música underground, como del hip-hop o el jazz, de la pornografía o la cultura pop, serán los excrementos de elefante y la representación de María, lo que llegará a ser su imagen de marca más identificable internacionalmente. Una obra, que en Inglaterra, apenas había generado unas cuantas menciones en forma de débiles protestas en su contra, será en los Estados Unidos, como apunta Martín, la obra más atacada por conservadores y líderes religiosos, ganándole de inmediato una indeseada popularidad a su autor (Martín, 2007: 131). William Donohue, el presidente de la *Catholic League for Religious and Civil Rights de Nueva York*, publicó un comunicado titulado *Beastly exhibit at Brooklyn Museum of art*, en el que se hacía afirmaciones como que “esta exposición está diseñada para impactar, pero en su lugar induce a repulsión (...) Hacemos un llamamiento a los neoyorquinos de toda religión a boicotear el Museo de Arte de Brooklyn. También trataremos de revocar los fondos públicos de la institución escribiendo a las autoridades oficiales” (Donohue, 1999).

Las motivaciones terrenales que argumentaban, estaban centradas en torno a la subvención, con dinero público de una exposición que estaba específicamente diseñada para ofender las creencias religiosas de algunos de sus ciudadanos. Esta alianza contra la exposición “Sensation”, estuvo formada principalmente por el cardenal O’Connor, el cual junto al alcalde Giuliani, lideraron la confrontación como portavoces de las distintas facciones del clero local, grupos de presión católicos y diferentes organizaciones sociales de corte conservador (Stallabrass, 2010). Ante las negativas por parte del museo a retirar la muestra, la estrategia del alcalde en primera instancia, se decantó por la batalla financiera frontal, cancelando directamente el subsidio, de unos siete millones de dólares, del que el museo se beneficiaba. Del mismo modo, amenazó con que suspendería la subvención futura de veinte millones destinada a la ampliación del museo. Ante lo cual, Arnold Lehman no sólo continuó en su empeño de seguir adelante con los preparativos de la inauguración, sino que lanzó un contraataque, denunciando a su vez a la alcaldía de la ciudad, amparándose en la coacción de la libertad de expresión del museo.

Aparentemente, el problema principal del cuadro, reside en la unión de dos elementos altamente perturbadores para sus retractores. Por un lado, el enjambre de recortes de genitales rodeando a la imagen, que relacionados con la virgen María, pondría en cuestión el tajante dogma católico, sobre la virginidad de María, uno de los ejes fundamentales del Catolicismo. Por otro lado, el malestar persiste en la asociación de los excrementos, con tal representación religiosa. Ante lo cual, y parece que imitando la arriesgada estrategia que Norman Rosenthal desarrolló en la Royal Academy, el director del Brooklyn Museum, Arnold Lehman se dedicó desde el comienzo a alimentar dicha polémica intencionadamente (Stallabrass, 2010). Serán los tribunales bajo la sacrosanta Primera Enmienda, los que garantizarán la apertura de la exposición, amparados en términos de libertad de expresión. A pesar de eso, la peculiar representación de María de Chris Ofili no se librará del ataque de los enfurecidos devotos.

Será esta vez, el católico Dennis Heiner, el que extenderá, pintura blanca sobre la obra, momento captado casualmente por, Philip Jones-Griffiths, un conocido fotógrafo documental que se encontraba trabajando en la exposición.



**Dennis Heiner captado en 1997 por Philip Jones-Griffiths
(Fuente: *khanacademy.org*)**

Finalmente *Sensation* logró abrir sus puertas al público el 2 de Octubre de 1999, aunque con una serie de irónicos carteles que advertían en el ingreso: “Aviso para la salud: El contenido de esta exposición puede causar shock, vómito, confusión, pánico y ansiedad. Si usted sufre de alta presión sanguínea, un desorden nervioso o palpitaciones, debería consultar al doctor antes de ver la muestra” (Martín, 2007: 138). Maniobras para generar controversias que consiguieron sus objetivos con creces, pues *Sensation* en Brooklyn supuso un gran éxito en términos de difusión y número de visitantes. Tras la inauguración, cientos de católicos se congregaron a la entrada del museo cantando himnos y rezando rosarios, y tan solo unos días más tarde el director del Museo de Brooklyn, fue requerido para declarar en una corte federal y defender su postura, respecto a la libertad artística y de expresión.

Durante el juicio los abogados de Giuliani, describieron *Sensation* como una exposición que llegaba a glorificar el Holocausto, a lo que finalmente, el 1 de Noviembre, el tribunal, dictaminó la devolución inmediata de todos los fondos, concedidos y retirados al museo, así como un aviso de sanción en caso de perseverar desde la administración en esta postura (Martín, 2007: 139).

Aunque según Stallabrass detrás de toda la polémica expuesta en los medios, no había más que una mera representación, pues según este, “Giuliani, que tenía formación en leyes, sabía que perdería en los tribunales y lo que buscaba era un gesto político para ganarse a los votantes católicos (...) La polémica sobre la independencia y la ética del museo resultó ser muy eficaz y alteró el cálculo de los anfitriones en cuanto a popularidad y difusión” (Stallabrass, 2010: 172). Significativamente, es necesario señalar, que al cierre de *Sensation* se pudo clasificar la exposición como la más visitada de los cientos setenta y cinco años de historia del Museo de Brooklyn (Martín, 2007: 139). Sin lugar a dudas, parte del fulgurante éxito, se debería a la circunstancia de ser una propuesta fácilmente identificable para el gran público, como apuntaba Stallabrass, *Sensation* es una suerte de fábula de fin de siglo, con una pátina de nostalgia en torno a la mitificada concepción de la clase obrera británica (Stallabrass, 2010).

10. La expansión del fenómeno de los *jóvenes artistas*

El hecho significativo de que en las últimas décadas artistas muy jóvenes, algunas veces incluso menores de 35 años, hayan alcanzado en un brevísimo lapso de tiempo cotizaciones de su obra por encima de los 100.000 dólares, debería hacernos reflexionar sobre las motivaciones intrínsecas de estos fenómenos, así como, sobre la supuesta vigencia del análisis de recorrido propuesto en la teoría de los círculos de Alan Bowness. Resulta llamativo cómo estos artistas pueden llegar a ser mitificados y ensalzados por medios, mercado y buena parte de la crítica, poco después de su aparición en la escena artística.

Un efecto que se ha venido amplificando y acelerando con creces durante estos últimos años, coincidiendo con los prolongados periodos de crisis financieras que hemos atravesado en Occidente, desde principios de los años 90. En esta línea, tal y como expone Ángela Vettesse ambos factores, tanto el fenómeno de los jóvenes superstars y el de las crisis financieras, están interrelacionados, pues según la misma “se produce porque el mercado del arte contemporáneo presenta escasa liquidez, de modo que los recursos se concentran en pocos individuos que tengan fácilmente el rango de pequeños mitos. El proceso de mitificación mantiene vivo un sistema que de otro modo se podría colapsar sobre un estándar mediocre y uniforme” (Vettesse, 2002: 265). Si miramos de forma analítica hacia nuestras décadas pasadas más recientes, podremos observar cómo fenómenos similares de ensalzamiento de jóvenes artistas se producen siguiendo unas pautas habitualmente idénticas.

El primero de los factores que saltará a la vista del observador es que, la obra propuesta suele estar cargada de alto valor controvertido, basado en los rasgos fundamentales, estudiados en capítulos anteriores de este estudio, como son la ruptura y la innovación formal de la obra. Estos atributos suelen ir acompañados consecutivamente de un tratamiento espectacular o enfático de las formas, es decir, suele fascinar la mirada del espectador primerizo, para finalmente, ir escudada en una definición a modo de cierre crítico de la obra, como una propuesta caracterizada, bien por ser fresca, espontánea y representativa de su

tiempo, o bien sofisticada y altamente costosa en términos de producción técnica de la propia obra. Siguiendo este proceso, con algunas excepciones, las valoraciones sobre las propuestas de algunos de estos *jóvenes creadores*, pueden alcanzar sumas bastante elevadas casi desde sus inicios, justificadas principalmente por la novedad radical que postulan o los altos costes de producción. Una combinación que se nutre de fuentes de inspiración como la frescura de una propuesta novedosa, la exclusividad de los materiales o técnicas de producción dotan aparentemente a los autores de una imagen de superación y crecimiento incuestionables. La consiguiente promoción mediática de dichos artistas, suele ser el primer paso hacia la legitimación, y suele apoyarse en figuras destacadas del mundo del arte, tales como marchantes o galerías importantes que tratan de pujar por sus representados.

Otros modos de abrir camino en la escena contemporánea para estos creadores y sus propuestas puede residir en el prestigio que acarrea ser galardonado con un premio conocido que tenga repercusión mediática y social, tales como el mítico Premio Turner o el mismo León de oro de Venecia. De este modo las industrias de la comunicación, suelen hacer eco de estos prematuros creadores de éxito, concediéndoles entrevistas, artículos y portadas en publicaciones especializadas. Estas dinámicas iniciales, suponen apuntalamientos cruciales a la hora de legitimar la imagen de estos jóvenes creadores emergentes. Aunque la cuestión pertinente seguiría siendo; ¿en qué medida, y sobretodo hasta cuando, serán sostenidos en tal cenit por estos inciertos pilares mediáticos?.

En palabras de Angela Vettese, el resultado es que las cotizaciones alcanzadas por estos jóvenes artistas pueden ser de vértigo, “aunque nada hace pensar que se mantengan en el futuro: el mini-superstar, con frecuencia, se revela como un meteoro en caída libre” (Vettese, 2002: 266). Numerosos autores e historiadores del arte han apuntado la idea de que a cada corriente artística, se la ha identificado con un colectivo de afamados jóvenes. Algunos ejemplos de estos jóvenes talentos que despuntaron marcando un periodo específico o una generación o movimiento, los podremos encontrar dentro incluso del periodo de la *contemporaneidad* (definida al inicio de este estudio) en figuras tales como Julian Schnabel, o incluso

en Keith Haring o Jean Michel Basquiat, en las décadas de los años setenta y ochenta. Incluso más cercano a nuestros días podemos citar al americano Jeff Koons, o al mismo protagonista del estudio de caso; Damien Hirst. La gran mayoría de estas figuras que surgieron en un periodo bastante joven de su carrera lo hicieron contando con el impulso promocional orquestado desde las galerías privadas que los representaban, sumando a estos esfuerzos la promoción y atención mediática que recibieron. Estos mismos casos particulares, y contradiciendo en parte, la teoría de Bowness sobre los círculos concéntricos y paulatinos, para que estos artistas llegaran a ocupar posiciones legitimadas en el mundo del arte, estas promociones sociales se sucedieron a la par que se alcanzaban grandes cifras por las ventas de sus obras.

Como resultado de tales dinámicas, resulta sorprendente, aunque no demasiado novedoso, que desde un punto de vista sociológico, pero sobre todo, desde la perspectiva del mercado del arte actual, los creadores contemporáneos no deben esperar decenios para que un artista llegue a ser legitimado por la crítica, para ser definido como un sujeto protagonista de las narrativas de un nuevo arte y pueda aspirar a otórgasele el distintivo de figura representativa de nuestro tiempo. Debido a la vastedad de este polémico tema, que por su amplia repercusión mediática ha generado, a lo largo de las últimas décadas, una impresionante cantidad de documentación, resulta necesario realizar una selección para ordenar las valoraciones en torno a las obras y artistas que más han destacado por unas motivaciones o por otras.

A este respecto, y aunque trataremos de estudiar el conjunto de artistas como colectivo, existen creadores más representativos y notorios que otros, y a pesar de que una gran notoriedad pública no es indicativo de la calidad del trabajo, en este estudio nos centraremos principalmente en la figura más representativa y discutida del movimiento de los YBA, que no es otro que su abanderado, Damien Hirst, aunque trataremos de aproximarnos a este peculiar fenómeno artístico y social de una forma grupal. Su distintiva personalidad, a medio camino entre las aspiraciones empresariales y superestrellas de los medios de comunicación, los diferenciaba de su generación anterior de un modo abismal.

Pues las propuestas de los YBA estaban poco, o nada, influidas por temas sociales o políticos. Aunque si bien, es cierto que existen algunas excepciones dentro del colectivo, la gran generalidad de las obras se centraban principalmente en torno a los elementos propios de la así definida como *postmodernidad*, es decir nos referimos a constantes referencias autobiográficas, despreocupación ante la injusticia, desaparición de idealismos e ideología, referencias a la imaginería urbana y los medios de comunicación de masas, desaparición de la valoración del esfuerzo personal y la ironía, el sarcasmo y un ordinario sentido del humor, servían como elemento cohesivo para el colectivo.

Como apunta Martín, de alguna forma, “el precoz movimiento artístico se estaba apropiando de las premisas ideológicamente rentables del *thatcherismo*: su individualismo, su fe en la explotación de las posibilidades teóricamente ilimitadas del sistema, su inquebrantable adhesión a las mitologías de la modernidad y el capitalismo” (Martín, 2007: 38). En esta misma dirección será incluso, Charles Saatchi, el gran promotor del colectivo, quien señale a la propia Margaret Thatcher como la responsable última de la identidad generacional de los YBA. La función primordial que una crítica político-social podía ejercer hacia el entorno de ese arte actual, en un periodo tan complicado para Inglaterra como lo fueron las últimas décadas del siglo XX, se delegaron a un absoluto segundo plano, en gran contraste, respecto al tratamiento constante de temáticas tales como el narcisismo, la muerte, la enfermedad, el sexo, lo macabro, la salud o el desamor, que fueron recursos más que frecuentes a lo largo de las carreras artísticas de los YBA.

En vez de dirigirse, como muchos artistas habían hecho previamente en las décadas de los sesenta, setenta y ochenta, contra el fundamento social de las desigualdades del sistema político vigente, los miembros del YBA se centraron en expresar relatos exagerados de sí mismos, simples reflejos esperpénticos de sus propios miedos y obsesiones.

De este modo, en el mismo periodo en que la crisis económica azotaba los cimientos del estado del bienestar de Inglaterra, los YBA preferían caracterizar su trabajo por un repertorio temático egocentrista, y tal y como sostiene Martín, “donde las citas a la cultura popular, la música pop y los tabloides eran pasados por el tamiz de una asimilación displicente de las lecciones del Minimalismo y el Conceptualismo, para ser expresadas desde un punto de tan desenfadado como descreído. Precisamente, una de las cualidades más atractivas de estos jóvenes artistas era que su escepticismo, era tan universal que se alcanzaba a sí mismo” (Martín, 2007: 39).

Aunque no será hasta el año 1992, cuando se produzca la legitimación del colectivo de los YBA, pues será este año el señalado por la exhibición en la Galería Saatchi, de la que hasta la fecha supone la obra más emblemática de Hirst, el tiburón en formol: *The physical impossibility of death in the mind of someone living*. A la que le seguirán en la Galería Saatchi, entre el mes de marzo de 1992 y el diciembre de 1995, una programación de continuos *Young British Artists Shows* que se diferenciaran sencillamente entre sí por el número de edición de los mismos.

Para los críticos y expertos del arte, y en consecuencia para los medios de comunicación, la pieza del tiburón se había erigido como el símbolo de las provocadoras obras que producían el polémico grupo de los YBA. El agente que vendió el tiburón fue Larry Gagosian⁶⁴, uno de los marchantes de arte más famosos del mundo en aquel momento.

⁶⁴ Lawrence Gilbert "Larry" Gagosian, nacido el 19 de abril de 1945, es un conocido marchante de arte estadounidense de origen armenio. Propietario de la cadena internacional de Galerías Gagosian especializadas como galerías de arte. Trabajando en conjunto con grandes coleccionistas, entre ellos Douglas S. Cramer, Eli Broad y Keith Barish, desarrolló una gran reputación y prestigio por organizar exposiciones de alta calidad artística propia de un museo. En 2011, la revista británica *ArtReview* situó a Larry Gagosian en cuarta posición en su encuesta anual sobre la "persona más influyente en el mundo del arte". Sin embargo, dentro del gremio de marchantes, es considerado como el galerista más influyente en el mundo del comercio de arte.

Sir Nicholas Serota⁶⁵, entonces director del *Tate Modern Museum* de Londres, era uno de los conocidos compradores que contaba con mayor interés por el escualo. Serota representaba una figura de gran prestigio y reconocimiento internacional, atributos que jugaban a su favor para la adquisición, pero por el contrario, contaba con un presupuesto algo limitado con el que apostar.

Finalmente, Serota llegó a ofrecer al marchante Gagosian la nada desdeñosa cantidad, de dos millones de dólares en nombre de la *Tate Modern*, más el incontable valor en legitimidad institucional asociada al nombre de dicho museo. Ante tal oferta Larry Gagosian no dudó un segundo en desestimarla, pues existían otros importantes coleccionistas, con medios financieros mucho más acaudalados, que le habían mostrado un interés específico por la pieza.

⁶⁵ Sir Nicholas Serota, director de los museos y galerías de arte Tate. Antes de ser nombrado director de la Tate en 1988, fue a si mismo nombrado Director del Museo de Arte Moderno de Oxford en 1973, donde organizó una importante exposición de la obra temprana de Joseph Beuys. Del mismo modo ejerció en 1983 como director de la famosa *Galería Whitechapel* de Londres. Igualmente ha desempeñado una importante función como presidente del jurado del Premio Turner. En 1970, se incorporó al *Consejo de las Artes del Departamento de Artes Visuales de Gran Bretaña* como funcionario regional de exposiciones.

En 1984-1985, Serota tomó la valiente decisión de cerrar la Whitechapel durante más de 12 meses para una amplia remodelación del espacio. Una gran franja de tierra había sido adquirida, lo que permitió un diseño de los arquitectos Colquhoun y Miller para reformar un espacio para la galería del primer piso, un restaurante, una sala de conferencias y otras salas polivalentes. A pesar de recibir amplia aprobación del presupuesto, el resultado de la intervención arquitectónica fue un déficit de 250.000 £.

En 1987, algo más de un año más tarde, Serota consiguió la alta suma de un millón y medio de libras gracias a una subasta de obras de arte, que pudo realizar tras haber pedido a varios artistas relevantes donar algunas de sus obras. Por tanto, consiguió no sólo el pago de la deuda adquirida, sino además la creación de un amplio fondo presupuestario para permitir futuras exposiciones de los trabajos menos convencionales, propuestas que resultan poco probables a la hora de atraer a determinados patrocinadores comerciales. El rotundo éxito de esta audaz maniobra jugó un factor decisivo a la hora de que Serota fuese nombrado director de la *Tate Gallery* en 1988.

Entre todos, el que más expectativas suscitaba, era el prometededor norteamericano Steve Cohen⁶⁶, un alto cargo ejecutivo, que precisamente estaba especializado en la inversión financiera de fondos de alto riesgo. El proceso de venta de la obra, supuso todo un referente en el mundo del arte, pues pocas veces se había seguido con tanta atención mediática el momento específico de compra-venta de una obra, originado principalmente, por la relevancia internacional que suponían los nombres de los actores implicados en el proceso. Como sentencia Thompson, en su estudio sobre el mercado del arte, “todos estos agentes, Hirst, Saatchi, Gagosian, Tate, Serota, y Cohen constituían marcas distinguibles en si mismas, más poderosas a nivel mediático de lo que jamás se había visto en el mundo del arte contemporáneo” (Thompson, 2010: 8).

⁶⁶ Steven A. Cohen, nacido el 11 de junio de 1956, es un gestor de fondos de inversión de los Estados Unidos. Él es el fundador de *Point72*, una importante agencia de gestión de activos y del *S.A.C. Capital Advisors*, ambas empresas con sede en la ciudad de Stamford, Connecticut. Al mismo tiempo Cohen es también muy conocido por ser un gran coleccionista de arte muy distinguido. Clasificado por la revista Forbes como el número 106 de su ranking de hombres más ricos del mundo. En concreto Cohen ocupa el puesto 35 del ranking en lo referente en exclusiva a los EE.UU. En julio de 2013, en medio de múltiples cargos contra empleados de *S.A.C. Capital Advisors*, la *Comisión de Bolsa y Valores* presentó cargos civiles contra el propio Cohen, acusándolo de no haber impedido un traspaso de información altamente privilegiada. En noviembre de 2013, *S.A.C. Capital* se declaró culpable de los cargos de traspaso de información privilegiada, accediendo a dejar de administrar los fondos externos, y pagando una multa de 1.8 mil millones de dólares. En enero de 2016, Cohen llegó a un acuerdo con la SEC en la demanda civil, por lo que se le imposibilita a desarrollar la gestión de dinero para inversores externos hasta el año 2018.

Desde el año 2000 aproximadamente, Cohen comenzará a interesarse en el coleccionismo de arte, y desde entonces se ha convertido en un coleccionista prominente, pues aparece en la lista de la revista *Art News*, cada año desde 2002, en los “*Top 10*” de los más grandes coleccionistas de arte de todo el mundo. Al igual que en la lista “Coleccionistas de Arte billonarios” de la revista de Forbes. Él comenzó a invertir una parte sustancial de sus activos financieros en bienes de arte en torno a las décadas del 1990 y 2000.

En 2015 una estimación de su colección de arte la valoraba en torno a una suma total de mil millones de dólares. También en 2015, adquirió la escultura más cara del mundo; *el hombre que apunta* de Alberto Giacometti. Cohen planea desde hace tiempo ya la construcción de un museo privado en su propiedad de Greenwich con algunas de sus obras de arte más destacadas. Pues posee obras de arte de Lucio Fontana, Alberto Giacometti, Willem de Kooning, Jeff Koons, Jackson Pollock, Edvard Munch, Picasso y Andy Warhol. Los gustos de Cohen sufrieron grandes cambios a lo largo de los años, pasando de la admiración por los grandes pintores impresionistas al gusto por los creadores actuales del arte contemporáneo. Entre ellos es bien conocida su adquisición de la obra de Damien Hirst; *La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo*, una pieza que el artista había comprado al coleccionista-marchante Charles Saatchi por 12 millones de dólares. En 2006, Cohen comentó que desde la adquisición del tiburón original hacía ya más de 10 años, este había empezado a pudrirse y descomponerse en el formol, por lo que tuvo que ser reemplazado por otro tiburón, la reparación de la obra del tiburón suspendido de Hirst, tuvo en 2006 un costo estimado de unos 100.000 dólares. Igualmente ha comprado otras obras de arte inusuales provenientes del colectivo de los YBA, pues Cohen ha colocado en el vestíbulo de su agencia SAC. la obra *Self* de Marc Quinn, una escultura del busto del artista hecha con sangre helada del propio autor en un estado de congelación a menos 4 grados.

El proceso continuo su curso con la figura de Larry Gagosian a la cabeza promocionando internacionalmente la obra del escualo, como un gran hito de la contemporaneidad, será gracias a esta estrategia de múltiples ofertas y exclusividad en la adquisición de la pieza, como Cohen decidirá adquirirlo finalmente por la friolera cantidad de doce millones de dólares, aparentemente por el temor de que Charles Saatchi se encontraba en un punto muy próximo en las negociaciones para adquirirlo.

Según Thompson, la pregunta a continuación debe ser inminente; ¿Quién quiere, y puede, pagar doce millones de dólares por un animal en descomposición mal conservado en formaldehído? Ante lo cual el autor nos ofrece una justificada respuesta bastante convincente desde el punto de vista económico: “para poder responder y comprender a esta cuestión es necesario ser conscientes de que el comprador, Steve Cohen, es el propietario de *SAC Capital Advisors* en Greenwich, Connecticut, y se le considera un genio. Gestiona 11.000 millones de dólares en activos y se rumorea que gana 500 millones de dólares anuales (...) Por lo que partiendo de estas cantidades de volumen de efectivo manejado por el financiero, podemos hacer unos sencillos cálculos, si Cohen gestiona unos 500 millones de dólares anuales, supondrían algo más de 41,5 millones mensuales, por lo que el precio del controvertido escualo le costó a Cohen el salario aproximado de una semana de trabajo en efectivo” (Thompson, 2010: 9).

Significativamente tras la compra y el desembolso astronómico de Cohen, este parece titubear con el propósito que desea conceder a la obra, pues al menos públicamente, afirma no estar seguro que quiere hacer con el susodicho tiburón, el cual permanecerá encerrado por un tiempo en unos fríos almacenes de la capital Inglesa. Posteriormente Cohen afirmará que lo terminaría donando “altruistamente” al Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA), lo que significativamente dio pie a una oferta pública por parte del susodicho Museo de Arte Moderno, para ocupar un puesto en el consejo del mismo.

Finalmente el mundo artístico internacional, visualizó este proceso de compra como una victoria más del poder de la institución norteamericana del MoMA sobre la británica Tate Modern, incluyendo en esta reflexión la voz del propio tabloide inglés, *The Guardian*, el cual lamentó la venta al ejecutivo norteamericano, afirmando que “la adquisición confirmará el dominio del MoMA como el principal Museo de arte moderno del mundo” (Thompson, 2010: 10).

Afirmaciones tales, que no dejan de poner de relieve que la importancia, valor y estima recae no solo sobre la propia obra en sí, sino sobre la legitimidad de su creador, su marchante y por ende, sobre la totalidad del colectivo YBA al que Hirst abanderaba. De un modo parecido, y poniendo de manifiesto la importancia social que los YBA estaban adquiriendo dentro y fuera del territorio británico, es necesario señalar también, que el renombrado premio Turner estuvo durante prácticamente la totalidad de la década de los noventa monopolizado por nominaciones para artistas pertenecientes exclusivamente a este colectivo. Incluso numerosos de los finalistas del premio eran figuras fuertemente asociadas a la colección Saatchi, como son los casos de Rachel White-Read en el año de 1993, Damien Hirst en el 1995, Gillian Wearing en 1997 o Chris Ofili en 1998.

En lo que respecta a exposiciones realizadas durante los años noventa desde instituciones privadas, caben destacar la realizada en 1995 por el centro norteamericano *Walker Art Center*⁶⁷, el cual programó la afamada exposición, *Brilliant! New art from London*, en donde se exaltaba con énfasis el concepto de la identidad nacional británica de los artistas expuestos.

⁶⁷ El Walker Art Center es un centro de arte contemporáneo multidisciplinar en la zona de parque de Loring de Minneapolis, Minnesota, Estados Unidos. El Walker es uno de los museos de arte moderno y contemporáneo más visitados en los Estados Unidos. junto con el Jardín de esculturas adyacente, tienen una asistencia anual de alrededor de 700.000 visitantes. El museo de colección permanente incluye más de 13.000 piezas de arte moderno y contemporáneo, incluyendo libros, dibujos, obras multimedia, pinturas, fotografía, grabados y esculturas.

De un modo similar, encontramos la muestra, *Material Culture*, celebrada en la *Hayward Gallery*⁶⁸ de Londres en 1997, en la que se reunía a una gran variedad de artistas británicos de las décadas de 1980 y 1990, tratando de mostrar las distintas continuidades estilísticas entre las dos décadas. Ambas exposiciones giraban en torno al concepto de lo británico y ambas selecciones de artistas procedían, casi en total exclusividad, del colectivo denominado como los YBA. Así la aportación que más catapultó a los YBA radicó, no tanto en las características estéticas de las propias obras, sino en este papel auto asignado de reencarnación de la verdadera identidad británica postmoderna.

Al mismo tiempo el panorama artístico británico, parecía dejarse seducir por la idea de atribuir a los YBA la batuta del liderazgo creativo en cuanto a sus propuestas rompedoras, frescas y provechosas. Tal y como apunta Stallabrass, “exceptuando ciertos ejemplos reseñables como los trabajos de Gilbert y George, Julian Opie, Tony Cragg, el panorama del arte británico de finales de los ochenta era considerado retrogrado y provinciano. Las estrellas de la pintura –Lucian Freud, Frank Auerbach– habían desarrollado una concienzuda tarea durante décadas sin que el pop Art los tocara (...) En escultura, el ambiente estaba en parte dominado por trabajos surgidos del *land art* de Richard Long y Andy Goldsworthy. Toque británico, dotándolos de un aire serio y melancólico que los apartaba de las severas y directas consideraciones del conceptualismo en torno a las verdades universales sobre el hombre, la naturaleza y los elementos” (Stallabrass, 2010: 53).

⁶⁸ La Hayward Gallery es una galería de arte en el Centro Southbank, que forma parte de un área de grandes centros de arte en la ribera sur del río Támesis, muy cerca del centro de Londres. Situada en un distrito mayoritariamente dedicado a las artes, el espectáculo y los servicios, junto al Southbank Centre (el Royal Festival Hall y el Queen Elizabeth Hall/Purcell Room), así como el Royal National Theatre y el British Film Institute, el Hayward cuenta con tres grandes espacios para exposiciones temporales dedicadas al arte moderno y contemporáneo. De 1968 a 1986, la galería fue administrada por el *Arts Council of Great Britain*, pero la dirección luego pasó a Southbank Centre. La galería forma parte también de la base del programa nacional de exposiciones itinerantes del *Arts Council*. A diferencia de las galerías británicas que reciben apoyo financiero del Estado, la Hayward cobra una tarifa de admisión. La extensa política expositiva del Hayward abarca el arte visual de todas las épocas. Recientemente, el programa se ha concentrado principalmente en las exposiciones de arte contemporáneo, tales como las obras de Dan Flavin y Antony Gormley. También ha sido sede de dos grandes muestras de obras: *Arte Británico 1940-1980*, y *Cómo mejorar el mundo: 60 años de arte británico*.

Entre las angustiosas pinturas expresionistas, y las seductoras y apacibles, pero poco productivas en términos de mercado, propuestas de los artistas del *land art*, el mundo del arte contemporáneo británico resultó en gran parte inadvertido para los circuitos de la esfera mercantil internacional. Como señala Stallabrass, “se daba el mismo compromiso con el paisaje rural y mismo humanismo descafeinado, tan beneficioso para las políticas de consenso. Fue este último aspecto lo que hizo que el arte británico pareciera tan gastado, pues hacía tiempo que el consenso había pasado a mejor vida (como mínimo desde la elección de Thatcher en 1979, si bien hubo síntomas anteriores que anunciaron su desaparición) y a finales de los ochenta ya estaba claro que no había posibilidad de restaurarlo” (Stallabrass, 2010: 54).

Así para muchos, las propuestas de los YBA parecían aportar un aire fresco que añadía a la escena del arte del momento, un carácter más lúdico, descarnado y excitante, más acorde con el gusto de los tiempos que se vivían en la Inglaterra de los años noventa. Las exposiciones de los YBA contenían también una crítica implícita a la tardanza de las instituciones públicas en reconocer el arte más reciente. Como apunta Martín, “eran perfectamente conscientes de que ninguna transgresión puede existir en el vacío, de modo que se servían de los medios con diverso grado de cinismo, colocándose a sí mismos, en una ambigua posición de rechazo y búsqueda de atención simultánea” (Martín, 2007: 12).

Esta nueva generación de artistas británicos quiso mostrar, o al menos en esas líneas se manifestaron, una actitud abiertamente desconfiada y desdeñosa hacia las corrientes artísticas preponderantes en la Inglaterra de finales de los ochenta, así especialmente contra todas las formas de justificación y argumentación intelectual que trataban de sustentar dichas corrientes.

Como señalará Stallabrass en su estudio, en los jóvenes artistas británicos "había una crítica implícita que se concretaba en una pose juvenil, desenfadada y osadamente urbana, acorde con la modernidad descarnada que se había echado a las espaldas, desafiando la indecisión del pasado. Tal crítica calificaba el arte anterior de provinciano y reaccionario; con su visión nihilista del arte y el mundo y su adopción de lo vil y violento como forma de espectáculo, el *High Art Lite* arremetió contra los –no siempre declarados– fundamentos del arte británico dominante" (Stallabrass, 2010: 55).

Según este, los fundamentos sociales que sustentaban estos principios críticos se basaban en que ya nadie creía demasiado en la ética, la condición humana o la verdad. Había quedado sentenciado que las propuestas en arte de los años ochenta se habían quedado marchitas, inconexas y desligadas de las preocupaciones sociales imperantes. Paradójicamente, las nuevas propuestas provenientes de los jóvenes británicos, como afirmará Stallabrass, poco tenían "que ver con los principios del humanismo, revelándose por el contrario como una lucha descarada por el dinero, como digno ejemplo de la especulación Thatcherista" (Stallabrass, 2010: 55). Según este, la actitud típica de los YBA consistía en presentar lo peor que la vida tiene que ofrecer con un encogimiento de hombros, sin que en ningún caso, esta cínica actitud nos ayude en lo más mínimo a mejorar el entorno que habitamos o mejorarnos como individuos. Para Stallabrass supone una gran paradoja social, pues "es una contradicción difícil de ignorar: la celebración de lo *cool* ha dado la espalda a los antiguos valores sociales y del estado de bienestar (Stallabrass, 2010: 231). Eddie Chambers⁶⁹ en la reseña de un libro de textos sobre arte británico de la década de 1990, llega al punto de argumentar taxativamente, que el *young british art* no merece ser tomado en serio, y que "cualquier intento de generar un pensamiento crítico basado en su exégesis lo dignificaría falsamente" (Stallabrass, 2010: 20). Más allá de sus férreos detractores, que no han sido pocos, a lo largo de las últimas décadas, resulta muy necesario apuntar, que obviando

⁶⁹Eddie Chambers, nacido en Wolverhampton, Inglaterra, en 1960. Chambers es un historiador del arte británico contemporáneo, curador y artista que vive y trabaja en los Estados Unidos. Recientemente su trabajo ha aparecido en la exposición: *No Color Bar: Black British Art in Action 1960–1990*, en la galería de arte *Guildhall* (Julio 2015-Enero 2016), como parte de la que fue en una conversación con Errol Lloyd en julio de 2015, discutiendo "el impacto realizada por los artistas negros notables a finales del siglo XX, que han pasado desapercibido en la arena arte británico".

cualesquiera que hayan sido sus características primigenias y evolutivas, sin lugar a dudas el YBA produjo, y aún permanece su influencia, una transformación sustancial en el mundo del arte británico, en especial, pero igualmente apreciable a niveles internacionales.

Bajo una lectura simplista del movimiento, podría llegar a afirmarse que gran parte de las propuestas de los YBA fueron fuertemente inspirados, o incluso adheridos intrínsecamente a la cultura de masas. Podría leerse como el esperado triunfo de la reivindicación post-moderna, de acabar con la ya tan manida distinción entre la alta y la baja cultura. Esta primera lectura, simplificadora, de los rasgos propios del grupo, tal y como apunta Stallabrass, se convirtió en distintivo fundamental de los YBA, pues para ellos “la accesibilidad de materiales extraídos de la cultura de masas se convirtió en un aspecto importante de los trabajos; se rechazó el conocimiento especializado, tanto de teoría de la cultura como de historia del arte y comisariado” (Stallabrass, 2010: 56).

De cara al público espectador que eventualmente, se expone a las propuestas artísticas contemporáneas, las obras presentadas bajo esta premisas, resultaban muchísimo más accesibles y seductoras que las elaboradas y complejas propuestas conceptuales anteriores, y del mismo modo parecían hablar un mismo idioma, basado en las preocupaciones cotidianas de un ciudadano corriente de nuestro tiempo. Parece que de este modo, la popularidad del YBA se acentuó gracias al elitismo intelectual que predominó sobre estilos y corrientes artísticas anteriores. Como determina Stallabrass en su estudio “por un lado, una pintura neoexpresionista y pretenciosa surgida a raíz de la burbuja económica de los ochenta, y las paradójicas consecuencias del arte conceptual que preconizaba las ideas por encima de la estética con el fin de desmitificar el arte y hacerlo más democrático, pero que acabó en muchos casos produciendo obras comprensibles solo por quienes poseyeran unos sólidos conocimientos filosóficos” (Stallabrass, 2010: 56).

Aunque quizás en el caso de los YBA, el empleo de elementos, temas y modos propios de la cultura de masas hayan llegado más allá de un mero interés por lo prosaico; las exposiciones fuera de las galerías convencionales, el modo de exhibirse en los medios de los propios artistas, el tipo de obras propuestas, las declaraciones acerca del mundo del arte y la mercadotecnia empleada, pueden llevar a pensar que existió incluso una verdadera estrategia anti-elitista y anti-intelectual.

De lo que no cabe duda es que ciertamente, como señala Stallabrass, estos factores descritos en la esfera del arte de finales de siglo XX “supusieron un cambio premeditado en el que el poder pasó de los profesionales del sector público (comisario de instituciones y teóricos académicos) a manos de los artistas y sus galeristas, además de comisarios independientes y medios de comunicación” (Stallabrass, 2010: 56). De este modo, los artistas montaron sus propias exposiciones en edificios que antes habían sido almacenes o fábricas, evitando el aparato de galerías privadas y museos públicos, y aunque significativamente esta maniobra no se trataba de una nueva estrategia en Inglaterra, para el grupo de los YBA que abrieron la veda con *Frieze*, supuso un éxito fulgurante para sus carreras que comenzó precisamente con la celebración de esta ya mítica exposición.



Damien Hirst y varios miembros de la YBA mientras preparan la exposición Frieze en el año de 1988. (Fuente: *theartstory.org*)

La supuesta accesibilidad a nuevos espacios, contenidos y exposiciones supuso aparentemente, la inclusión de un público más amplio y más joven que cualquier otro momento histórico anterior había conseguido. El arte propuesto por YBA, consiguió dar un giro de tuerca al curso del arte actual, no solo produciendo un nuevo tipo de arte, sino también atrayendo un nuevo tipo de público para él.

Este público, menos formado en teorías estéticas o corrientes artísticas, compartía sin embargo su gusto por las mismas obsesiones que los *mass media*, como las revistas de moda, blogs, videojuegos, series o grandes producciones de cine occidental, más interesados en temas como la muerte, el éxito, el sexo, la degeneración, el miedo y la pérdida, que en los valores, filosofía o la estética del arte más trascendente. Estas propuestas eran expresadas de un manera tal que pretendían, al menos en teoría, ser comprendidas o consumidas por cualquiera, sino en su significación más profunda, al menos en su insolencia descarada propia de la joven hostilidad. Así es considerado por Martín que este “nuevo arte ofrecía una capacidad de adaptación insospechada, pues era capaz de consumirse a sí mismo en clave de autoparodia, y de explotar el vacío dejando por la crítica, que se demostraba obsoleta u oportunamente silenciada a la hora de desarrollar un marco teórico para un fenómeno tan meteórico como para desarrollarse y llegar al final de su vida útil en el transcurso de apenas una sola década” (Martín, 2007: 43). Quizás podríamos afirmar que este nuevo arte, que ha sido considerado por muchos en primera instancia como frívolo, ingenuo y simplista, podría serlo tan solo en una intencionada apariencia, pues podría estar sirviéndose de la sencillez de la cultura de masas para abrirse un paso seguro en los mercados, unos tipos de mercados, restringidos a unos escasísimos privilegiados, conocedores y expertos del sector, bien satisfechos y celosos de esta exclusividad intencionada. Por tanto para muchos, las obras de los YBA pueden poseer una doble faceta, una primera que busca la notoriedad externa en estos nuevos públicos más amplios, pero sobretudo, la atención y difusión de los grandes medios de comunicación masivos, mientras que por otro, se mira hacia la esfera interior para el mundo del arte, tratando de copar posiciones de privilegio, tanto dentro de las grandes instituciones tradicionales, como la *Tate Modern*, como en las importantes galerías privadas y marchantes internacionales.

11. La determinante acción de Charles Saatchi

Resulta muy difícil desarrollar este estudio sobre el proceso que legitimó a los integrantes de los YBA sin profundizar de lleno en la crucial figura, y gran responsable del mismo proceso, especialista de la publicidad y mecenas del arte; Charles Saatchi. Aunque para muchos sea considerado como un mero especulador financiero sin ética ni principios estéticos, o algunos lo tachan como un aficionado del arte moderno que posee la convicción, influencia y capital suficiente para establecer sus propios dudosos gustos personales en la esfera del arte de la Inglaterra de finales de siglo XX, lo que queda fuera de toda discusión, es el papel decisivo que jugó a la hora de poner el arte actual inglés en el punto de mira de medio mundo, reactivando el mercado, el interés y la producción de arte.



Charles Saatchi. (Fuente: *theartstory.org*)

Pero para llegar a convertirse en una figura referencial del sistema del arte de los noventa, Charles Saatchi representó antes que muchos, el estereotipo del hombre de éxito hecho a sí mismo, proveniente de unos orígenes humildes. Como se apunta en varias de sus biografías, en su vida encajan varias de las fábulas capitalistas estereotípicas sobre el esfuerzo y el triunfo en las sociedades occidentales.

Charles Saatchi nació en Bagdad, en Junio de 1943. De origen judío, llegó a Londres a una temprana edad, acompañado de sus padres. Junto a su hermano Maurice Saatchi, crearon una de las más prestigiosa y controvertida agencia internacional de comunicación. Dirigió ese negocio, haciendo de esta, la agencia de publicidad más grande del mundo en la década de 1980, hasta llegar a ser expulsado varios años más tarde. Pero lo más significativo de este periodo para nuestro estudio, es la manera en que la famosa agencia de los hermanos, *Saatchi & Saatchi*, comenzó a hacerse un hueco en el despiadado mundo de la publicidad y el marketing. Supone este, un elemento fundamental para entender el éxito inicial del fenómeno de los YBA, ya que en *Saatchi & Saatchi* se llevó a cabo en casi la totalidad de las campañas diseñadas, una estrategia programada del empleo del *shock* al espectador, como el recurso decisivo y sistemático para llamar su atención.

Fue su primera mujer, Doris Lockhardt, la que introdujo a Charles Saatchi en el mundo del mecenazgo artístico. Doris era periodista especializada en arte, licenciada por la Universidad de la Sorbona, y cuyo estilo resultaba bastante proclive al arte minimalista, esa es la explicación de la inversión inicial de Saatchi principalmente en dicho estilo. Posteriormente se dedicó a comprar arte a gran escala, sobre todo de artistas modernos y contemporáneos, a los que adquiría de forma masiva y en bloque. Se podría decir que compraba de un modo muy poco habitual en el mercado del arte, definido por muchos como un comprador impaciente y compulsivo.

Si un artista conseguía introducirse en el radio de interés de Saatchi, este en no pocas ocasiones, compraba todas las obras expuestas, incluso sin importarle lo más mínimo las críticas a su carrera, exposiciones anteriores o referentes expertos que tuviese, incluso aunque no tuviese absolutamente ninguno de los anteriores, podría llegar a comprar la totalidad de su producción artística, cosa que no hace falta decir, supone algo insólito en el mundo de los coleccionistas. Saatchi no titubeaba a la hora de declarar abiertamente, que solamente le atraía aquello que captaba inmediata y poderosamente su atención en un mínimo tiempo record, si en ese pestañear, no conseguía atraer su atención nunca regresaba al autor pues realmente no le interesaba, en cambio, si lo hacía, estaba dispuesto a pagar lo que

fuera necesario por su obra. Para él, una grandísima parte del valor estético y formal de la obra, residía en el golpe sin piedad asestado sobre los ojos de quien se atreve a mirar frontalmente a la obra, si ese impacto era certero, la obra merecía la pena ser contemplada, si solo existía tibiedad en el golpe, ya nada más podía contar para él.

Esta dura y agresiva visión, casi proveniente de un cuadrilátero de boxeo artístico, era lógica y muy acorde para alguien cuyo estilo estético había sido moldeado en la feroz arena de la creatividad publicitaria, alguien que se describía a sí mismo usando términos como *artcoholic* y *neophiliac*, un adicto al arte y un enamorado de todo lo nuevo. El marchante Leo Castelli dijo de él en una ocasión que “estaba apasionado, obsesionado con su colección, tiene buen ojo, lo sabe todo de los artistas que le interesan, lee las revistas especializadas, visita las exposiciones. Es coleccionista a tiempo completo. Hay pocos precedentes de hombres como él” (Martín, 2007: 17). Su figura creció mediáticamente, y su influencia en el arte se extendió tanto, que algunos periodistas y críticos de arte le llegaban a comparar con otras notables personajes históricos del mundo del arte, tales como el monarca ilustrado Felipe IV, o incluso *Lorenzo el Magnífico* de la Florencia de los Medici. Aunque del mismo modo, esta supuesta filantropía y devoción ingenua por el arte que le fueron atribuidas desde algunos sectores, fueron más que cuestionadas por numerosas voces desde el mundo del arte. En esta línea, una de las críticas más frecuentes que le lanzaban, era la de poseer más capital económico, que un verdadero gusto o un criterio selectivo.

Resulta bastante lógico, que tras varios años de adquisiciones de un buen número de obras de reconocido prestigio internacional, Charles Saatchi pasase a dar ese salto cualitativo que lo transformará de un rol como comprador pasivo al de influyente galerista. Así será en 1985, Saatchi abrirá su primera galería de arte, situada en St. John’s Wood en el 98 de Boundary Road y se llamará como no podía ser de otra manera, *The Saatchi Gallery*. En ella comenzará exponiendo al público su gran colección de Arte Minimalista y Pop norteamericano.

En este espacio que responderá a las estrictas premisas, aún bastante vigentes, del concepto de cubo blanco como contenedor neutro para el arte, se llevaran a cabo, importantes muestras de nombres como Donald Judd⁷⁰, Carl André⁷¹ o Flavin⁷². Esta galería, gestionada casi exclusivamente por él, se fundamentará en adelante con los fondos adquiridos tras la compra-venta de arte contemporáneo, y no tardará en establecerse como un referente crucial, para las nuevas tendencias del arte en la capital inglesa. Las famosas exposiciones denominadas, *New York Show I* y *New York Show II*, no sólo tuvieron la distinción general de presentar en el Reino Unido lo más destacado de la producción artística neoyorquina de aquel momento, sino que hicieron un doble impacto, repercutiendo poderosamente sobre una multitud de estudiantes de arte, en los que la influencia del estilo de Saatchi tuvo un efecto decisivo. Esta influencia, será concluyente, para la posterior formación de los YBA, pues por casualidad, entre aquellos estudiantes de visita en la galería se encontraba un joven de Leeds llamado Damien Hirst.

El criterio y la perspectiva de Hirst sobre el arte actual, quedará fuertemente impresionado e impactado por estas exposiciones, tanto por los artistas allí seleccionados, como por la propia concepción de la exposición, la cual será el impulso decisivo que hará implantar en la cabeza de Hirst, el deseo de coordinar su propia exposición tan solo unos años más tarde.

⁷⁰ Donald Clarence Judd fue un artista estadounidense asociado al movimiento minimalista. Su obra se basa en una constante búsqueda por la autonomía y la claridad del objeto construido, resultando en una presentación artística de un espacio sin jerarquía aparente. Judd creó una gran variedad de obras descritas como "efervescentes" con la intención de desafiar el término "minimalista"; sin embargo, continúa siendo considerado el exponente líder del movimiento y el teórico más importante.

⁷¹ Carl Andre, escultor y poeta estadounidense, figura prominente dentro del movimiento conocido como Minimalismo. Andre nació en Quincy, Massachusetts, y entre 1951 y 1953 estudió en la Academia Phillips de Andover, Massachusetts. En 1957 se trasladó a vivir a Nueva York, donde conoció a Frank Stella con el que compartió estudio. Trabajó durante cuatro años para la compañía Pennsylvania Railway, antes de alcanzar la fama internacional como escultor minimalista a finales de la década de 1960.

⁷² Dan Flavin, fue un artista conceptual de la segunda mitad del siglo XX que se desarrolló influido principalmente bajo la corriente del Minimalismo. En sus propuestas artísticas fue pionero en la utilización de tubos de luces fluorescentes como instrumentos artísticos escultóricos.

Como señala específicamente Martín, en aquel momento “nada permitía presagiar aún, ni al supercoleccionista, ni al superambicioso alumno de Bellas Artes, lo cerca que estaban de transformar entre los dos el panorama artístico de la ciudad” (Martín, 2007: 18). Estas exposiciones claves, las de los *New York Shows* en Londres, son las que marcarían el final de su etapa de dedicación plena al arte norteamericano contemporáneo.



Maurice y Charles, oficinas de Saatchi & Saatchi en 1983. (Fuente: *theartstory.org*)

Etapa conclusiva que se debió principalmente a varios factores fundamentales, aunque como casi siempre en Saatchi, todos de una misma naturaleza común, es decir financiera. En un mismo periodo, Saatchi tuvo que hacer frente a dos circunstancias claves para el sustento de su economía de inversión en arte, por un lado, la cada vez más complicada situación financiera de su firma, la cual estaba entrando en una fase de estancamiento categórico, y por otro, el carísimo divorcio que le supuso la separación de su primera mujer, Doris.

Será a inicios de los años noventa, cuando el sueldo de Saatchi tuvo que ser recortado a más de la mitad de la cantidad inicial, pues las deudas y las pérdidas de la agencia rondaban los 60 millones de libras. Pero lo más representativo de este periodo es que a pesar de la peliaguda situación en la que se encontraba Saatchi,

extraordinariamente este continuó vendiendo y comprando grandes obras de los americanos Jasper Johns, Lichtenstein, Rauschenberg, Stella y de nuevos talentos británicos como Mark Wallinger y Rachel Whiteread. Compras y ventas con las que significativamente consiguió hacerse con un representativo beneficio que le permitió, entre otras cosas, comisionar la conocida obra de Hirst del famoso tiburón; *The physical impossibility of death in the mind of someone living*. Obra que le costó a Saatchi solamente en producción unas 45.000 libras de su bolsillo, cuando en ese momento nadie, en la esfera del arte inglés, apostaba por la carrera de aquel joven excéntrico de origen incierto, aire descarado y dudoso futuro.

Es en el 1995, cuando las dificultades económicas de Saatchi se hacen tan insostenibles dentro de su agencia, que le obligan a abandonarla drásticamente, fundando una nueva empresa. Tras este tipo de vicisitudes, Saatchi, se verá obligado a sacar a subasta, a través de la mítica Sotheby's, una gran parte de su colección privada. Pero lo más representativo de este hecho, es que contra todo lo esperado, por parte del sistema del arte del momento, las apuestas por las obras seleccionadas por un Saatchi en caída libre, fueron un completo éxito de ventas y beneficios para el mismo, siendo aún más llamativo, que esta subasta se producía tan solo un poco antes de que el mercado del arte entrara en una aguda crisis, de la que tardaría algún tiempo en salir definitivamente.

Para entonces Saatchi, tenía ya en mente la dificultades que el mercado del arte a nivel internacional le constreñía, pues por un lado, a causa de las circunstancias imperantes, no existía una demanda demasiado alta, por otro, la competencia era altísima y los sectores estaban ya copados por reputados nombres, y finalmente los precios de los grandes autores internacionales estaban estancados en enormes sumas de dinero, donde resultaba bastante complicado añadir un beneficio significativo a modo de suplemento por su parte. En contraste, la realidad en la Inglaterra de los años noventa era bien distinta, ya que el Reino Unido suponía un gran desconocido en los circuitos del arte contemporáneo occidentales.

Por otro lado, durante las últimas décadas se había ido conformando una cantera de artistas en el país, que a pesar de la gran disparidad de estilos, resultaban bastante dignos en cuanto a la calidad de sus propuestas creativas. Por no decir que desde el punto de vista especulativo de Saatchi, podrían resultar mucho más atractivos, en tanto que suponían unos precios de obra infinitamente más baratos y asequibles, además que las posibilidades de influencia y moldeado que podría ejercer sobre los mismos eran mucho más efectivas y determinantes. Este cambio en el modo de invertir de Saatchi, pasando de comprar obra de artistas consagrados a comprar obra de artistas relativamente desconocidos, dotaba a este de un gran poder de influencia sobre aquellos cuyas obras decidía adquirir. Es por esto, que resulta necesario señalar, que la apuesta de Saatchi por los prometedores jóvenes nacionales no solo coincidía con que estos resultaban poseer una cotización inicialmente mucho menor, sino que por las determinantes delicadas circunstancias que atravesaba, ya no podía permitirse invertir en los reconocidos talentos internacionales, que previamente, le habían supuesto un beneficio de unos diez millones de libras.

Sea por los motivaciones descritas, o por verdadera predilección personal por aquellos jóvenes talentos, o quizás por ambas motivaciones actuando conjuntamente, lo cierto fue que el genio de la publicidad, coleccionista y marchante, decidió volcarse de lleno en la pujante realidad creativa nacional, dejando el minimalismo norteamericano, definitivamente, a un lado de su carrera en el mundo del arte.

Si atendemos a la versión, casi mítica, que nos dejó Saatchi respecto a su primer gran encuentro con el arte de los YBA, atenderemos a un relato en el que un buen día se dejó conducir misteriosamente a un desvencijado almacén de la desmantelada zona de los *Docklands* del puerto londinense. En esta zona profundamente periférica, que muy pocos sabían localizar en el mapa, le esperaba casi explícitamente y personalmente a él, una exposición coordinada y comisariada de manera amateur por unos jóvenes estudiantes de la escuela de la *Goldsmith College*.

Según este, en medio de este punto remoto de los territorios abandonados a la penuria de la capital, Saatchi cayó rendido a las propuestas del arte joven de su país, lo que vio en *Freeze* supuso el cambio definitivo en su trayectoria como marchante y galerista, pero del mismo modo supone un hito mitificado en las narraciones sobre el arte contemporáneo inglés.

La cantidad de dinero que Saatchi decidió invertir en ellos, pero sobretudo el gran esfuerzo y la amplia cobertura mediática dedicada a promocionarles, aseguró a estos jóvenes una popularidad casi inmediata. El gran éxito promocional de los jóvenes talentos, sugirió a Saatchi su próximo gran proyecto publicitario: la invención del colectivo YBA, el primer movimiento artístico diseñado por un solo coleccionista. Ambiciones personales que nos invitan a pensar que quizás, pese a todo lo reprochado a Saatchi en lo referente a sus intereses puramente financieros y especulativos, este aspiraba a un fin resolutivamente mayor que el de exclusivamente alterar el mercado del arte en su beneficio, pues como apunta Martín “parece que sus ambiciones personales estaban puestas más allá del prosaico asunto del dinero, en el nebuloso ámbito de la leyenda” (Martín, 2007: 21).

Será la inauguración de la *Tate Modern*, con su enorme repercusión mediática y sus hordas de visitantes, la que inicie a desplegar su sombra sobre la figura de Saatchi, reduciendo notablemente la importancia e influencia de la galería de Bourdary Road en la escena del arte actual. Pues finalmente, Londres contaba con un gran centro de exposiciones para las obras de arte contemporáneo, y en concreto, su gran sala, denominada; la sala de las turbinas, se podía permitir la exposición de obras de un gran formato, una escala lo bastante espectacular, como para hacer sombra a las fastuosas propuestas de Saatchi. A su vez este responderá a tal desafío trasladando toda su colección al majestuoso edificio del *Greater London Council*, en el South Bank, una zona muy popular y turística, avivando así las habladurías sobre una supuesta rivalidad oculta entre ambos centros artísticos, y entre ambos de sus dirigentes; Charles Saatchi y Nicholas Serota.

Rivalidad que pudo ser el motivo principal por el que la Tate se vio obligada a cancelar una gran retrospectiva que se encontraba preparando sobre la obra de

Damien Hirst porque aparentemente Saatchi no quiso colaborar con la misma, prestando temporalmente sus obras principales para la muestra. Hecho que supondrá la gota que colmará el vaso en la tensión generada entre Saatchi y Hirst, pues este, no perdonará esta caprichosa falta de entendimiento con la Tate en beneficio de su carrera y legitimación profesional.

Como contrapartida Saatchi, utilizará la bandera del arte de vanguardia para encandilar e impresionar a los medios de comunicación con ingentes sumas de dinero que costaba producir, comprar y vender dichas obras de arte. Estas descomunales cantidades monetarias ejercían una suerte de melodía hipnótica sobre los titulares de los grandes medios que parecían no poder resistirse a publicarlos, y por consiguiente promocionarlos, desencadenando ese mismo efecto hipnótico sobre sus miles de lectores y receptores. No obstante, a pesar de todas las desconfianzas posibles, reproches y críticas, o quizás en buena parte gracias a ellas, la *Saatchi Gallery* se terminó convirtiendo en un referente obligado de los circuitos del arte londinense.

Así con la apertura en abril de 2003 de la nueva *Saatchi Gallery* situada en el South Bank al gran público de Londres, sus visitas aumentarán más aún, y su influencia no se verá mermada por la aparición en escena de la *Tate Modern*. Significativamente el South Bank era el mismo distrito, en el que se había situado la ya fabulosa *Tate Modern*. Social y mediáticamente, esta nueva localización de la Saatchi, pareció interpretarse como un claro gesto de desafío hacia Serota y su política de dirección artística de la Tate. La nueva galería Saatchi estaba instalada en un fastuoso edificio, el antiguo ayuntamiento de la ciudad de Londres de 1986. Lugar que resultaba ser un espacio solemne y majestuoso pero bastante difícil de gestionar como receptáculo para exposiciones de arte, pues su intrincada disposición casi laberíntica con múltiples pasillos y salas completamente desiguales eran un verdadero desafío para cualquier instalación expositiva. Quizás fuese ese mismo desafío que representaba este fascinante espacio, lo que motivase a Saatchi a seguir adelante con el fastuoso traslado hacia las mismas orillas del Támesis. Como no era menos de esperar la gran inauguración de la galería se convirtió en un verdadero acontecimiento mediático y social.



Ingreso a la Saatchi Gallery en el South Bank (Fuente: saatchigallery.com)

Para tal celebración se invitaron a más de mil personalidades, entre ellas celebridades del espectáculo como, Jeremy Irons, Jade Jagger o David Bowie. En la misma celebración el fotógrafo Spencer Tunick realizó uno de sus famosas propuestas multitudinarias en la que ciento sesenta voluntarios posaron desnudos en los espacios de la galería. Curiosamente Saatchi no acudió a la fiesta privada, pues tal era su costumbre, y era ya conocido por promover fiestas fastuosas pero, nunca las atendía personalmente. Él justificaba lacónicamente su carácter elusivo y costumbres esquivas, porque si se comportase de otra manera, todos se darían cuenta de cómo realmente Saatchi es de simple y ordinario. Más allá de su supuesta humildad y simpleza, Saatchi estaba realmente dinamitando el equilibrio del sistema del arte actual a escala internacional, pues a base de talonario estaba situando a la ciudad de Londres y los YBA con ella, en el centro de miras de la creación contemporánea. Con la obra *Away from the flock*, una oveja en formol de Hirst, se alcanzó la cifra récord por entonces de un millón de libras, convirtiendo a Hirst en uno de los pocos artistas británicos vivos que habían cobrado un millón de libras por una sola obra.

A la artista heroína del movimiento YBA, Tracy Emin Saatchi pagó la cantidad 150.000 libras por la obra *My Bed*⁷³, la cual será revendida posteriormente en Estados Unidos por más de 2,5 millones de libras.



***My bed* (1998) de Tracy Emin. (Fuente: artnet.com)**

Como apunta Martín, mientras el resto del mundo del arte caía en una difícil crisis, “el impulso mecenazgo de Saatchi apoyaba la creciente prosperidad del mercado londinense, donde en el espacio de pocos años se creó la *Tate Modern*, Christie’s incorporó el arte contemporáneo a su catálogo, las galerías eclosionaban a lo largo y ancho del *East End* y el Premio Turner se reinventó a sí mismo lanzándose a través de Channel 4 como el suceso más *cool* de la temporada” (Martín, 2007: 22). A finales de los noventa, Charles Saatchi ya era dueño de la colección internacional

⁷³ *My bed*, (*Mi cama*) es una obra de la artista británica Tracey Emin. Creada en 1998, se expuso por vez primera en la Tate Gallery en 1999 como una de las obras seleccionadas para el Premio Turner. Consistía en su cama con los objetos de su dormitorio y recibió una gran cobertura y atención por parte de los medios, y a pesar de que no ganó el premio, recibió incluso mayor notoriedad que la obra premiada.

La idea de mi cama se inspiró en una fase depresiva en la vida del artista cuando ella permaneció en cama durante varios días sin comer ni beber nada más que a base de alcohol. Cuando miraba el desorden repulsivo que se había acumulado en su habitación, de repente se dio cuenta de lo que había creado. Emin defendió con ardor su obra contra los críticos que la trataron como a una farsa o una tomadura de pelo, afirmando que cualquier persona podría exhibir una cama sin hacer. Sobre estas afirmaciones la artista replicó: “Bueno, ellos no lo hicieron, ¿verdad? De hecho nunca nadie lo había hecho antes”. Cuando en 2014, se anunció que la obra iba a ser subastada, David Maupin, distribuidor de Emin en Nueva York, describió el valor estimado, por unos 800.000-1,2 millones de libras, como una cifra demasiado baja. Cuando esta fue subastada en Christie’s, la pieza se vendió por más de 2,5 millones de libras.

más grande en manos particulares. Así en el año 2000 se le estimaban unas dos mil quinientas obras distintas en su posesión, pertenecientes a unos trescientos cincuenta artistas de todo el mundo. Ni siquiera muchos de los grandes museos podían competir con estas cifras. Aunque sin lugar a dudas, la colección y el concepto que elaboró Saatchi con los YBA, ha sido una de las mayores razones de su triunfo en el mundo del arte.

Con esa doble función tan polémica, como gran marchante de prestigiosa galería de éxito, a la vez que fervoroso coleccionista de los jóvenes artistas, las verdaderas motivaciones de Saatchi no podían sino ser objeto de una duda escéptica constante por parte de los distintos agentes del mundo del arte. Para avivar aún más la polémica generada, en la famosa exposición *Sensation*, concebida en buena parte por Saatchi, se presenta un catálogo de exposición que aunque mantiene en apariencia la misma formalidad y fundamento que otras producciones de la Royal Academy, se trata de un verdadero despliegue de marketing y relaciones públicas.

Mientras Richard Shone⁷⁴ desarrolló un recorrido, bastante exhaustivo, acerca del ascenso del nuevo arte británico con numerosa información concreta sobre escuelas de arte, galerías, exposiciones y redes de artistas vigentes e influyentes en la realidad británica del momento (Stallabrass, 2010). Como contrapunto, Lisa Jardine⁷⁵ escribirá un trabajo, titulado *Modern Medicis*, sobre la historia del

⁷⁴ Richard Shone es un historiador del arte y crítico de arte británico especializado en el arte moderno británico. A partir de 2003, y hasta el 2015, ha sido editor de la revista *The Burlington*. Después de haber obtenido una licenciatura en Inglés de la Universidad de Cambridge en 1971, Shone fue ya desde el año de 1970, un miembro prolífico en la prensa de arte, participando durante varios años no solo en el *Burlington Magazine*, sino también numerosas publicaciones en revistas como *Art Magazine*, *Artforum*, *The Spectator* y *The Guardian*. Shone ha comisariado igualmente varias exposiciones dedicadas al arte británico, tales como retratos de Walter Sickert en la Galería de arte, Victoria, en Bath (1990); así como una retrospectiva completa de Sickert en la Royal Academy of Arts de Londres y el Museo Van Gogh en Amsterdam, y finalmente la muestra, *El arte de Bloomsbury* de la Tate Gallery, Londres en 1999.

⁷⁵ Lisa Anne Jardine fue una historiadora británica de la Edad Moderna. Era profesora de historia del Renacimiento, directora del *Centre for Editing Lives and Letters* en la Universidad de Londres Queen Mary y presidenta del *Human Fertilisation and Embryology Authority* (HFEA). Fue elegida académica de la Royal Historical Society de Londres, y miembro del consejo de la Royal Institution, pero renunció a su puesto en septiembre de 2009. Escribió numerosos libros, entre los que se incluyen *The Curious Life of Robert Hooke: The Man Who Measured London*, *Ingenious Pursuits: Building the Scientific Revolution* y *On a Grand Scale: the Outstanding Career of Sir Christopher*

coleccionismo privado británico a lo largo del siglo XX, que trata a toda costa de ensalzar la figura de Saatchi poniéndole al lado de figuras como Samuel Courtauld. En este texto introductorio se despliega un razonamiento en el que traza un recorrido lineal por el mecenazgo en Inglaterra, logrando situarlo entre los más grandes mecenas y coleccionistas de la historia, afirmando curiosas sentencias tales como “lo que Cósimo de Medici fue para la Florencia del *quattrocento*, lo es Charles Saatchi para el Londres de finales del siglo veinte”. Llegando incluso a ser denominado, junto a Sir Nicholas Serota, entonces director de la *Tate Modern*, como uno de los hombres más poderosos e influyentes del arte de los noventa.

Como ha venido siendo muy habitual desde distintos medios, se ha descrito la figura de Saatchi como una gran marca, y así su implicación personal en la obra o carrera de los artistas, marcan tanto a la obra y a los artistas del mismo modo que lo pueden hacer las adquisiciones de estas obras por los grandes museos internacionales como el MoMA o la Tate. Como puntualizará Stallabrass, a pesar de que pocos de los artistas a los que favoreció con sus adquisiciones durante los años noventa estaban en posición de rechazar sus ofertas de compra, muchos de los artistas de la YBA, pero no solo aquellos, contemplaron la inserción de su obra en la colección personal de Saatchi con un sentimiento encontrado, lo que el autor describe como “una mezcla de alegría e inquietud ya que pertenecer a Saatchi garantizaba ciertas prebendas, un sello de aprobación, pero también una etiqueta impuesta a la obra” (Stallabrass, 2010: 68). Tras lo cual, podemos afirmar que la estratégica decisión de Saatchi de dejar de comprar obras pertenecientes a artistas de primer nivel internacional, para centrarse en la compra más seductora de obras de los talentos nacionales más jóvenes, así como las varias exposiciones en las que se exhibieron sus adquisiciones, fueron el factor determinante, para la aparición del denominado colectivo YBA. Tal y como señala Stallabrass, su pujante poder adquisitivo, junto con su “decisión personal de eludir los medios de comunicación e incluso gran parte del entorno artístico, sus compras masivas de obra y el secretismo en torno a sus actividades empresariales, han dotado a su figura de una virtud casi legendaria.

Wren. Su libro *Going Dutch* de 2008, ganó el premio Cundill de historia de la universidad McGill, que es el premio más alto que existe para un libro de historia, con un valor de 75.000 dólares.

En el mundo del arte se habla de él con admiración y odio por igual” (Stallabrass, 2010: 161). Saatchi había consolidado su gran colección, a base de comprar bastante barato y en grandes cantidades, y a su vez vendiendo bastante caro algunas piezas señaladas. Maniobras que le fueron altamente rentables a nivel financiero, por lo que no resulta extraño sospechar que generó numerosos recelos, envidias y desconfianzas en el mundo del arte. Por no hablar de ciertos “privilegios” que le eran concedidos a él, casi en exclusividad, pues como señala Thompson, Charles Saatchi poseía “la enorme ventaja de conseguir el primer acceso a las nuevas obras de muchos artistas. Otros coleccionistas compiten, por lo que Saatchi ha dejado” (Thompson, 2010: 292). Incluso con esas ventajas que se le atribuyen, la estimación realizada por Thompson sobre el beneficio obtenido con todas sus inversiones en arte es el siguiente: “de cada cinco compras, Saatchi pierde dinero con dos, gana un beneficio moderado con otras dos y obtiene un cuantioso beneficio con la quinta. Si en el inventario de Saatchi hay tres mil obras, esto significa seiscientos importantes ganadores, que han sido cubiertos por algún tipo de noticia. Pero también significa, que hay mil doscientos perdedores de los que no se ha hablado en los medios” (Thompson, 2010: 292). Mientras que aquellos afortunados a los que Saatchi contribuyó, a comienzo de los años noventa, a catapultar internacionalmente, ganándose un nombre y una legitimidad en la esfera artística, terminaron consiguiendo una fama que quedó completamente fuera de su control e influencia inicial.

Más allá del poder e influencia que Saatchi pudiera ejercer sobre las figuras y carreras de sus artistas, lo que por aquel entonces llamaba poderosamente la atención, y despertaba el recelo de muchos agentes del arte, eran las transformaciones tan radicales que Saatchi ejercía sobre su propia colección. Ya fuese a través de subastas, o mediante ventas directas, este se deshacía por sorpresa de infinidad de sus obras, incluso de toda una generación al completo, tal y como ocurrió con su colección de artistas británicos precedentes, entre los que estaban pintores tan reputados y legitimados como Lucian Freud, Malcom Morley o Sean Scull.

De un modo similar desapareció al completo, la gran colección que dio inicialmente a Saatchi un nombre y un prestigio en el mundo del arte, aquella perteneciente a los artistas más famosos y cotizados de los años ochenta, compilación que incluía grandes obras de Georg Baselitz, Anselm Kiefer o Julian Schnabel. Lo que suscitaría desde entonces y en adelante, una gran incertidumbre y sospecha tras sus adquisiciones. Tal y como señala Thompson, no fueron pocos los seguidores de las corrientes y estilos que Saatchi marcaba en el mercado del arte, pues “varios inversores manifiestan haber tenido éxito simplemente imitando las elecciones inversoras de Saatchi, comprando incluso obras que él no quiso, con la esperanza de que la ubicación en la colección de Saatchi desencadenará apariciones del artista en medios de comunicación, galerías establecidas y exposiciones institucionales, en un año y no en una década como históricamente suele ocurrir (Thompson, 2010: 299). A pesar de que a menudo a Saatchi le acompaña una cierta cobertura y repercusión mediática, sobre todo a la hora de comprar, valorar o promocionar ciertos artistas, a la hora de vender sus obras, significativamente suelen ser bajo un oscurantismo mediático total, incluso a la hora de vender grandes obras pertenecientes a su colección de los YBA, el contraste con su circo mediático promocional tan habitual, resulta sorprendente contemplar el secretismo absoluto, sobre los acuerdos de ventas finales en los que han sido despachados.

A base de esconderse y exponerse a sí mismo y a sus artistas a la constante observación de los media, ha sabido envolverse en una nebulosa mítica. Aunque considerado una celebridad en Inglaterra, no concedía nunca entrevistas, tan sólo las imprescindibles para sacar partido a su aparente natural capacidad de seducción. Es por ello que resulta pertinente afirmar, que Saatchi no puede ser considerado un coleccionista habitual al uso, sino más bien una figura bastante atípica, visionaria y algo turbia, ya que sus actividades como coleccionista apasionado del arte, estuvieron desde sus orígenes entremezcladas con las de agente empresarial, ejecutando la gran mayoría de sus estrategias y transacciones en un secretismo opaco absoluto.

En 1999 Charles Saatchi, planteó la idea de donar una importante parte de su colección para la instauración de un nuevo referente museístico en Inglaterra. En concreto, pretendía ceder al *Arts Council*⁷⁶ unas cien obras de sesenta y cuatro autores británicos, cuyo valor estaba calculado en torno a las 500.000 libras. Aunque, significativamente, no había entre ellas, ninguna proveniente de los grandes nombres ya consolidados de los YBA, sino mas bien se trataban de artistas cuyas reputaciones todavía no estaban aún legitimadas, por lo que su presencia en la colección del *Arts Council*, mejoraría sus perspectivas y precios, por no hablar, si se instaurasen dentro de la colección de un museo. Este gesto, aparentemente filantrópico, de Saatchi fue interpretado socialmente, quizás acertadamente o quizás no, como una curiosa estratagema para instaurar obras de autores menores, dentro de la legitimada colección del *Arts Council*, consolidando así la reputación de estas jóvenes promesas seleccionadas por Saatchi.

Sin olvidar que la adquisición de tantísimas obras, no resultaban inocuas o neutrales a la línea estilística definida durante décadas en la colección, pues indudablemente acercarían tal trayectoria, hacia los gustos artísticos e intereses propios del mismo Saatchi, legitimando igualmente tanto su influencia en el mundo del arte, como su propia figura y criterio. Por otro lado, no conviene desestimar el hecho de que una donación de tal calibre, tanto en número de obras, como en valor estimado, resultaba muy trascendente para el *Arts Council*, pues correspondía en comparación con los bajos presupuestos concedidos a tal institución, a un equivalente de más de tres años de compras de nuevas obras. Desde esta relevante perspectiva, el político conservador lord Archer, que significativamente, también resulta ser interesado y coleccionista de arte, señaló públicamente en los medios, la conveniencia de reunir el presupuesto necesario para el espacio que albergase las obras cedidas por Saatchi.

⁷⁶ El *Arts Council* se formó en Inglaterra en el 1994 cuando el Consejo de las Artes de Gran Bretaña se dividió en tres cuerpos separados organizados para gestionar por separado las regiones de Inglaterra, Escocia y Gales. Se trata de un organismo público no departamental del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte. A través de este organismo el sistema de financiación de las artes en Inglaterra al completo sufrió una reorganización considerable en 2002, cuando todas las juntas regionales de artes fueron incluidas en el Consejo de Artes de Inglaterra y se convirtieron en oficinas regionales de la organización nacional ministerial.

Finalmente, la peculiar propuesta será descartada por la decisión del por aquel entonces, alcalde de Londres, Ken Livingstone⁷⁷. Al fin y al cabo dicha colección cedida de obras fue valorada como un repertorio desestimable, menor y poco coherente, el propio criterio de Saatchi, fue puesto en entredicho y se le definió como un mero publicista con irremediables tendencias hacia un tipo de trabajos propios de su gremio, espectaculares e irónicos. Simplificando sus gustos hacia lo que Stallabrass define como una “afición por las obras de cera: cuerpos o pieles de animales y obras que requieren congelación” (Stallabrass, 2010: 164)

Años más tarde se inaugura, *USA Today*, de nuevo una exposición organizada por Saatchi, en la mítica Royal Academy, una de las más importantes galerías británicas fundada en 1768, situada en cuanto a la legitimidad de la organización de sus exposiciones a un nivel similar al de la National Gallery o las dos Tate británicas. La exposición *USA Today*, no se trataba de una feria de arte comercial al uso, pues ninguna obra estaba a la venta, ni tampoco, era una exposición tradicional en un museo porque el propietario de todas las obras allí expuestas era un solo hombre, Charles Saatchi. Él mismo había sido, quien había escogido las piezas expuestas. El aparente razonamiento de Saatchi era, que las obras se impregnarían de la legitimidad que rodeaba a la institución de la Royal Academy y por ende aumentarían su valor de mercado tras ser exhibidas en un espacio público de tal prestigio y reconocimiento en la esfera del arte.

⁷⁷ Kenneth Robert Livingstone, alcalde de Londres entre 2000 y 2008 por el Partido Laborista. Fue la primera persona que ocupó ese puesto después de su creación en el año 2000, hasta que fue derrotado en las elecciones municipales de 2008 por el conservador Boris Johnson. Livingstone es uno de los políticos más populares de Gran Bretaña y se le conoce como "*Red Ken*", (Ken el Rojo) el rebelde e incorregible del Partido Laborista, por representar el ala más izquierdista del colectivo. En 1982, cuando Argentina entró en guerra con el Reino Unido por la soberanía de las Islas Malvinas, Ken Livingstone realizó duros ataques en los medios de comunicación británicos criticando la posición colonialista e imperialista de su país.

Poco antes de culminar el conflicto, el político inglés encabezó una manifestación pacífica, donde llevaba un sombrero de papel que decía: "la Alcaldía de Londres trabaja por la paz". Después declaró a Londres "zona libre" y simbólicamente izó la bandera de las Naciones Unidas. Ken Livingstone fue considerado dentro del Reino Unido el más importante crítico de Margaret Thatcher durante la Guerra de las Malvinas. En represalia, la Primera Ministra dispuso en 1986 la abolición del *Greater London Council*. Meses después era elegido miembro laborista de la Cámara de los Comunes. En mayo de 2008 perdió la alcaldía de Londres después de ser derrotado en las elecciones por el candidato del Partido Conservador, Boris Johnson.

De este modo, la estrategia altruista de organización y financiación de la muestra, podría ser bien rentable, pues tras la exhibición, todos los beneficios generados por las futuras ventas de estas obras legitimadas serían para Saatchi. Por este motivo, fue objeto de numerosos ataques por parte de críticos y expertos, principalmente por utilizar la Royal Academy como mecanismo para aumentar el valor de sus propias obras de arte. Incluso se hicieron declaraciones irónicas en los medios británicos de que la institución pública de la Royal Academy se había convertido en la sede temporal de la privada Galería Saatchi con fines exclusivamente especulativos para aumentar el lucro de sus ventas posteriores. Igualmente fue duramente criticada por sus contenidos y sus formas estéticas, pues fue tajantemente tachada como una muestra decadente y pornográfica a la que le faltaba un mínimo de buen gusto.

La exposición *USA today* en buena parte, pero especialmente, la famosa exposición *Sensation* de la que ya analizamos anteriormente buena parte de sus significados y repercusiones, pondrán fin para muchos expertos, a un largo periodo de ignorancia mutua, desencuentros y grandes desconfianzas entre el mundo del arte y la sociedad civil, en gran parte de los países occidentales.

Este arte del shock, el espectáculo y el escándalo, lejos de quedar circunscrito a las revistas especializadas o relegado en los ínfimos y exclusivos espacios de los medios del arte, pasó a formar parte de las portadas y del *prime time* de las audiencias del mundo occidental, fue como si de improviso, el arte contemporáneo empezara a colarse en espacios relevantes y mayoritarios nunca imaginados anteriormente.

Fue en buena parte a través de este arte, propio de una sociedad del espectáculo, hiperconectada, saturada de imágenes y estímulos visuales, consumista y descreída de las instituciones, el que a menudo fue calificado como un arte transgresor y rupturista, pero no por las cualidades de sus propuestas artísticas, en contraste con la trayectoria histórica del arte, sino más bien por su espectacular capacidad para escandalizar, seducir o contrariar a esta sociedad a través de sus medios de comunicación.

Estos aparentes gustos por la transgresión espectacular y banal que Saatchi promulgaba, animaron a numerosos creadores a producir un determinado tipo de trabajo que apostase por esta línea estética y formal. Este sería el caso de las propuestas visualmente espectaculares de Tim Noble y Sue Webster⁷⁸, que para muchos críticos y agentes del arte, dio la impresión que realmente trataban de atraer la mirada de Saatchi de una forma descarada.



Wild Moon swings, (2009-2010) de Tim Noble y Sue Webster (Fuente: artnet.com)

Sin embargo, parece que el mayor miedo confesado de varios de estos artistas de la colección Saatchi es que sólo se les llegue a reconocer por eso, simplemente por formar parte integrante de la colección de Saatchi.

⁷⁸ Timothy Noble y Susan Webster, son dos artistas británicos que trabajan como dúo de colaboración, y están fuertemente asociados con la generación posterior a la de los artistas YBA. En 1997, mientras trabajaban para los artistas Gilbert y George, desarrollaron su primera creación experimentando con el conjunto de objetos personales y basura doméstica, así apareció su primera escultura de sombras. Este trabajo fue presentado en una exposición individual instalada en su propio estudio de *Rivington Street*, en Londres. La exposición atrajo a grandes audiencias, incluyendo a Charles Saatchi, que compró dos de las tres obras expuestas. La obra de los artistas se incluyó en '*Statuephilia- escultores contemporáneos*' en el British Museum Museum, Londres, 2008-2009 y en '*Apocalypse- belleza y horror en el arte contemporáneo*' en la Royal Academy de Londres, 2000.

Han expuesto de forma individual en una serie de galerías en Londres y, desde el 2000, han gozado de un gran reconocimiento internacional con exposiciones individuales en Atenas, Berlín, Boston, Moscú, Nueva York y Seúl. Sus obras han llegado a formar parte de una importante serie de colecciones públicas, incluyendo la National Portrait Gallery de Londres, el Museo Arken de Arte Moderno en Dinamarca y el Museo Solomon R. Guggenheim de Nueva York. En 2007, fueron galardonados con el prestigioso premio Arken, y en 2009 recibieron doctorados honorarios de Arte de la Universidad de Nottingham Trent, su antigua universidad, en reconocimiento por sus logros profesionales.

Así, si existe una obra dentro de la colección, expuesta al público en la galería Saatchi, es bastante probable que se les identifique más con la imagen e identidad de Saatchi, que con su propio estilo o personalidad artística. En palabras de Carl Freedman, “ Saatchi no colecciona arte, se apropia de él (...) Una vez un trabajo está en su posesión, es como si su autoría se resignara a sí mismo” (Martín, 2007: 26). Otros distinguidos artistas pertenecientes a la colección Saatchi y protegidos inicialmente, por éste, adentrados ya en la década del 2000, se señalaron como férreos disidentes de Saatchi, fueron los polémicos hermanos Chapman, los cuales se referían a la Galería Saatchi como el resultado dictatorial y caprichoso de la voluntad de un magnate de la publicidad, “como simplemente una expresión de la propiedad de un hombre” (Martín, 2007: 28).

Por otro lado, también eran conocidos y notables sus enfrentamientos directos con el abanderado de su movimiento YBA, Damien Hirst. Ambos, tanto Saatchi como Hirst representaban dos férreas personalidades, toscos, espontáneos, resolutivos, luchadores, intuitivos y perseverantes, ambos compartían un buen número de valores entre los que destacaban la creencia en la voluntad y en la capacidad individual del individuo para lograr sus objetivos a toda costa.

Pero quizás esta misma afinidad perseverante y tenaz que los unió por un buen tiempo, fue la causante de su distanciamiento a medida que sus intereses comenzaron a divergir, principalmente por la gran escalada de legitimidad artística que Hirst experimentó dentro del mercado del arte. La brecha entre Saatchi y Hirst fue haciéndose cada vez más y más profunda, hasta el extremo absurdo de la recompra insólita de buena parte de sus obras por parte del ahora también millonario artista. Principalmente por la creencia de Hirst, mencionada anteriormente, que la frustrada gran retrospectiva que la *Tate Modern* planeaba dedicar al artista, no pudiera llevarse a cabo, principalmente, a causa de la falta de interés en cooperar por parte de Saatchi junto a Serota, en dicha muestra.

Además del altercado de la retrospectiva de la Tate, existían motivaciones previas para el malestar de Hirst respecto a su principal coleccionista. De este modo describe Gordon Burn⁷⁹ el sentir de Hirst respecto a la custodia de Saatchi sobre su obra: “Durante muchos años, Damien Hirst sostuvo la creencia en el derecho del coleccionista a hacer lo que quisiera con una obra de arte, con excepción de profanarla o destruirla, una vez él había tomado posesión de la misma. Lo que Hirst había asumido como dado, sin embargo, era que Saatchi, el propietario de virtualmente todas sus mayores obras, las rodearía con luz, espacio y blancura. Cuando abandonó Boundary Road a las promotoras inmobiliarias y trasladó su colección a las oscuras cavernas y polvorientos corredores del County Hall, Hirst rehusó oscurecer la puerta de entrada. Tan pronto como pudo ser negociado, recompró por millones, piezas que había vendido originariamente por peniques para devolverlas a la luz (...) En 2003, cuando la fortuna personal de Hirst se estimaba en unos 35 millones de libras, el artista gestionó el rescate de doce de sus obras a través de su marchante Jay Jopling” (Martín, 2007: 28).

Todavía más problemas, le traería los primeros años del nuevo siglo a Saatchi, pues algunas de las obras más famosas del movimiento de los YBA sufrirían el destino de sucumbir entre las llamas del conocido incendio en los almacenes en donde se custodiaban obras como la tienda de camping con los nombres cosidos de todos los amantes de Tracy Emin, o la gran obra de maquetismo siniestro y apocalíptico, *Hell* de los hermanos Chapman, ambas serán irremediablemente reducidas a escombros y cenizas. Sumado este catastrófico evento para Saatchi, a los continuos enfrentamientos legales con los propietarios del edificio en donde se alojaba la galería, seguido de la sentencia judicial que terminaba con su arrendamiento, a Saatchi no le quedó otra que volver a trasladar su colección de

⁷⁹ Gordon Burn, fue un escritor inglés nacido en Tyne, Newcastle y es el autor de cuatro novelas y varias obras de no ficción. Las novelas de Burn tratan temas de cómo la fama y la celebridad modernas aparecen y se desaparecen cuando son originadas a través de la atención de los medios de comunicación de masas. El interés de Burn en las figuras de asesinos en serie, se extendió hasta la figura de Myra Hindley, una de las inspiraciones mediáticas más polémicas utilizadas por los YBA en la muestra *Sensation*, y una de las asesinas más famosas del Reino Unido, la cual ocupa un lugar destacado en la novela de Burn, *Alma Cogan*. Este también escribirá un libro con el artista británico Damien Hirst; *Camino al trabajo*, una colección de entrevistas de varias fechas entre 1992-2001. Colaboró regularmente con el diario; *The Guardian*, por lo general escribiendo editoriales y críticas sobre distintos aspectos del arte contemporáneo.

nuevo e instalarse en el distinguido barrio de Chelsea dentro de un elegante palacete perteneciente al Duque de York, para desde allí recomenzar su escalada y reconfiguración en el sistema del arte, el cual había mutado notablemente desde sus inicios en el panorama inglés de los ochenta.

Históricamente no se puede afirmar que haya habido demasiados coleccionistas importantes en el arte contemporáneo británico, por lo que los coleccionistas aislados del perfil de Saatchi, que se han gastado una buena fortuna en el arte de su tiempo, se han erigido, socialmente, como mecenas del arte.

El éxito de los YBA inicialmente y de varios de sus miembros de forma individual a posteriori, comenzó poco a poco a cambiar esta situación, haciendo que, tal y como Saatchi deseaba, otros siguiesen su camino. Es tanto así, que desde el año 2002, Londres cuenta con una importante feria de arte; *Frieze*, cosa impensable antes de la década de los noventa. En *Frieze* se dan cita durante varios días, numerosos coleccionistas, galeristas, artistas y marchantes, tanto de origen británico, como internacionales. La decisión de Saatchi de vender una parte significativa de su colección generó un poco de pánico entre sus partidarios, aunque más preocupante aún resultó ser, lo que pareció un cambio de orientación en su estilo, que abandonando las intenciones de sustentar a los YBA por más tiempo, desde la segunda década del siglo XXI, ha invertido sus esfuerzos en apoyar a una generación más joven. Aunque en cierto modo, como suscriben numerosos expertos, era el único camino lógico que podía recorrer Saatchi, si quería seguir coleccionando para especular con posibles talentos futuros aún por descubrir. El modo de actuar de Saatchi fue conocido en el mundo del arte del momento, por seleccionar a sus artistas, identificando primero una tendencia o movimiento y después escogiendo siempre a aquellos jóvenes más innovadores y singulares dentro de esa tendencia.

Las posteriores y más recientes incursiones de Saatchi, en el mercado contemporáneo del arte, estuvieron casi siempre asociadas a una gran publicidad, pero a su vez no demasiado acompañadas por un gran éxito.

En concreto, su serie de exposiciones de *The Triumph of Painting* en 2005, que pretendían avivar una nueva tendencia por el gusto del medio pictórico, fue un relativo fracaso. Será así que Stallabrass, sentencie la fábula del supercoleccionista Saatchi y sus últimos frustrados intentos, hasta la fecha, de la siguiente manera, “así que esta serie de exposiciones, inoportunas, temerarias y a contracorriente, tuvieron mucho que ver en el desgaste de la leyenda de Saatchi” (Stallabrass, 2010: 182).

12. La *Tate Modern* y la rentable polémica de los premios *Turner*

El premio *Turner* es conocido como uno de los premios más notables del mundo artístico contemporáneo, por el cual se conceden 25.000 libras esterlinas al artista ganador, que cumpla con los requisitos de ser menor de cincuenta años y ser británico o bien, que simplemente trabaje en el Reino Unido. El jurado que decide sobre el merito del galardón, está formado exclusivamente por cuatro miembros, lo cuales además son escogidos por una misma persona, hablamos de nuevo del influyente director de la *Tate*; Sir Nicholas Serota. En una primera ronda de selección y eliminación, que no por casualidad, recuerda mucho a la dinámica de un *reality* televisivo, se escogen a cuatro finalistas, que compiten en una última fase de la que saldrá finalmente un único premiado. Los criterios en los que se basan los jueces del Premio Turner para escoger al mejor de los candidatos es bastante complicado de discernir, pues tras todos estos años de polémicas, aún no existen unos parámetros, principios o valores escritos claros, sobre el fundamento de tales decisiones.

Aunque no sean galardonados con el premio, la gran mayoría de los cuatro artistas que acceden cada año a la final, son gratificados por la gran cobertura mediática que se les presta, así como el amplio interés, promoción y debate que se suscita en torno a las obras propuestas en los medios de comunicación, algo a lo que los jóvenes artistas contemporáneos no suelen estar muy acostumbrados. A pesar de que numerosas veces, el enfoque mediático sobre las obras suele ser en tono algo escéptico cuanto menos, tampoco resulta raro, encontrar artículos o noticias que directamente pongan en tela de juicio las verdaderas capacidades artísticas de los candidatos.

La naturaleza de las obras presentadas a los premios Turner suele ser de una índole bastante controvertida, la gran mayoría instalaciones o esculturas de difícil comprensión para un gran público, e incluso para un buena parte de los agentes del arte, incluidos los coleccionistas y galeristas, pues en principio no demasiados, querrían comprar o exponer las obras que se muestran en los premios Turner.

Como galardón anual, el Premio Turner, fue concebido como uno de los elementos clave más eficientes de una campaña de comunicación y difusión del arte británico contemporáneo llevada a cabo y orquestada desde la *Tate Gallery* en la Inglaterra de mediados de los años ochenta.

Este premio ha demostrado con creces tanto su capacidad comunicativa, como su poder de convocatoria y atención en torno a los nuevos creadores, pues periódicamente, cada año, los distintos medios nacionales e internacionales suelen retransmitir contenidos de al menos tres diferentes momentos destacados en relación con el Premio Turner. Como mínimo se escriben tres titulares, en relación al esperado anuncio de la lista de candidatos en primer lugar, tras lo cual, le sigue el anuncio de la inauguración de la exposición con las distintas obras preseleccionadas y las controversias generadas por cada una de las propuestas, para finalmente llegar a la mención del ganador anual. Estas tres fases, están muy bien estudiadas desde el punto de vista mediático, pues aseguran una cobertura bastante extensa del evento, aún mucho más si tenemos en cuenta que un medio de comunicación como el propio canal de televisión, *Channel 4*, es desde 1991 el patrocinador principal del premio, con lo que el evento tiene más que asegurada una notable cobertura multitudinaria.

De hecho, resulta muy significativo que para la imagen, la organización y la repercusión del Premio Turner, existe un antes y un después del patrocinio de la cadena televisiva *Channel 4*. Pues los primeros orígenes del premio, eran mucho más sencillos y modestos que la fastuosa versión actual. Los Patronos del Nuevo Arte⁸⁰ crearon exactamente en 1984 esta distinción con la idea de premiar el trabajo desarrollado por relevantes artistas nacionales, y de paso promocionar en la medida de lo posible, el arte contemporáneo británico. En aquel entonces, el premio ascendía, a la cantidad de 10.000 libras esterlinas, y como hemos dicho, estaba destinado al creador que hubiera hecho la más grande contribución al arte

⁸⁰ Los Patronos del Nuevo Arte, una institución británica que se configuró como referente en el año de 1982 para fomentar proyectos nacionales que generasen un mayor interés social en la escena del arte contemporáneo en el Reino Unido, a la vez que asistir y asesorar en la adquisición de nuevas obras a la entonces recién instaurada, *Tate Gallery*.

en Inglaterra en ese último año. Los comienzos de la dirección y organización del certamen resultaban algo confusos y debatidos, pues no existían normas demasiado claras respecto a quienes podían o no podían ser nominados, y así no resultaba raro encontrar entre ellos, llamativas mezclas de artistas mayores y consagrados con jóvenes artistas totalmente desconocidos en su tiempo.

En general podríamos decir que desde sus inicios en 1984, hasta el año 1991, el premio transmitía una cierta falta de dirección e identidad, por lo que resultaba completamente irrelevante y bastante ignorado dentro de la escena del arte internacional. Será en 1991, con el cambio radical de rumbo directivo, cuando el premio consiga erigirse como un referente legitimador relevante y destacado, en el mundo del arte actual, a pesar de que hoy, pueda ser valorado desde varios sectores de la crítica, como una simple estrategia promocional publicitaria. Aspectos tan importantes como la relevancia del destino del premio, la naturaleza de su propósito o su significación internacional parecen quedar en un segundo plano tras la pantalla circense de fuegos artificiales tan propia de las producciones televisivas.

Un espectáculo mediático, en donde las propias propuestas artísticas, quedan relegadas a un papel de objetos de consumo premiables o desechables por el gran público, sin conceder el menor espacio a la valoración profunda o reflexión sobre el arte, las obras o los artistas. Lo que si parece evidente, es que en las retransmisiones del premio Turner, resulta imprescindible la polémica, la sospecha y el escepticismo respecto a las obras, lo cual al menos, genera consecuentemente un mínimo debate social o mediático en torno a las propuestas, cosa que es de estimar dentro de un medio televisivo. Como apunta Martín en su estudio, “la estrategia de *Channel 4*⁸¹ para transformar un certamen artístico en la

⁸¹ Channel 4 es un canal de televisión comercial del Reino Unido. Está gestionado por Channel Four Television, una corporación pública que debe responder ante la Oficina de Comunicaciones. El cuarto canal de la televisión británica comenzó a emitir el 2 de noviembre de 1982, rompiendo el monopolio que ostentaban BBC y ITV. A diferencia de otras cadenas comerciales europeas, Channel 4 debe encargar toda la programación nacional a productoras independientes, cumplir obligaciones de servicio público y financiarse con la venta de publicidad sin ánimo de lucro. A lo largo de su historia, Channel 4 ha destacado por su amplia oferta de programas de entretenimiento, con un estilo más alternativo que el mostrado por BBC y ITV.

sensación de la temporada consistía básicamente en bombardear a su audiencia con todas las particularidades del evento, suscitando polémicas incansablemente e incidiendo en el suspense del desenlace” (Martín, 2007: 87). Ya desde sus orígenes, en su mismo nacimiento y nominación como Premio Turner se puede valorar si así se estima, una cierta voluntad contestataria, pues asociando el nombre de un premio de arte contemporáneo con el, idolatrado en Inglaterra, pintor Joseph M. William Turner, resulta ya en sí una provocación para muchos, teniendo en cuenta la adoración y respeto que infunde el pintor entre el gran público inglés.

Aunque de un modo similar y principalmente por motivo de su gran difusión mediática, el Premio Turner desde los años noventa en adelante, dejó de ser un evento, del y para, el mundo del arte exclusivamente, para convertirse en un certamen en el que todo el mundo se siente partícipe, bien sea fascinados por las características propuestas presentadas en el certamen, o bien para criticar la insensatez y el poco gusto estético de sus artistas. Del mismo modo, es destacable el gran logro conseguido en términos de visitantes a las exposiciones de las obras preseleccionadas. Las claves para alcanzar este triunfo, aún mayor si pensamos que se trata de obras de arte contemporáneo, de difícil aceptación social, se basan en primer lugar en su evidente promoción a través de medios, pero también es destacable el carácter profundamente pedagógico con el que está vertebrada tal exposición, destacando un enfoque dirigido hacia la formación del visitante y promoviendo un abierto debate público sobre las obras.

Según apunta Stallabrass, dentro del mundo del arte, como fuera de este, “fue la recesión económica lo que cambió las cosas, al menos indirectamente. Mientras el mercado estaba renaciendo, el *Premio Turner* parecía una distracción y la popularidad del arte entre el público no comprador, era insignificante. Cuando el mercado entró en hibernación, los medios de comunicación cobraron importancia para forjar una reputación a los artistas y el premio se convirtió en una buena manera de captar su atención” (Stallabrass, 2010: 145).

Tan solo un año más tarde, con el patrocinio oficial de *Channel 4* en 1991, la identidad, las normas y hasta el mismo premio económico se había reconfigurado, pues la dotación del premio pasó a duplicarse, la lista de candidatos fue reducida a un número final de cuatro y cada artista tendría reservado un espacio en la exposición, de manera que los visitantes pudieran ver una buena muestra de su obra antes del anuncio del resultado.

Aunque en conjunto desde el nuevo enfoque del premio, la edad media de los artistas nominados ha sido bastante joven, ya que ronda los treinta y cinco años, en el mismo año del cambio en 1991, esa primera lista reflejó enérgicamente esta nueva visión más joven y fresca, con una media de edad de los artistas seleccionados en la treintena, encontrándose varios de estos artistas en sus tempranos veinte. Datos que contrastan sobremanera, con los de los artistas seleccionadas en la edición anterior de 1989, con una media de edad de los nominados en torno a los cincuenta años, lo que supone un evidente salto generacional de nada menos que veinte años.

Con la nueva perspectiva sobre los premios, no todo fueron decisiones acertadas, pues se llevó a cabo el intento de eliminar la fase intermedia del proceso, en donde se hacen públicos los artistas preseleccionados, antes de ser anunciado finalmente el vencedor último, este intento supuso un demoledor descenso sobre los índices de audiencias del certamen, pues parece que el suspense que generaba la publicación de los finalistas, antes de anunciar el ganador, elemento sensacionalista y competitivo tan característico de los *realities* y concursos televisivos, era precisamente lo que más parecía interesar a los grandes públicos. Hoy en día, hasta la cena final, en la que se anuncia el desenlace es retransmitida en directo por el *Channel 4*.

Tras el significativo año 1991, podríamos decir que Inglaterra podía dividirse entre lo que Martín determina: “Turnerfílicos y Turnerfóbicos” (Martín, 2007: 86). Así tratando de ser siempre controvertido, el Premio Turner terminó por anular su capacidad de generar controversia, a base de ser reiterativo en exceso, siendo siempre sorprendente, el premio terminó por no sorprender a nadie.

Respecto al papel que juega este tipo de premios en el sistema del arte en concreto, en cuanto al premio más importante de la escena británica, para nuestro estudio, nos planteamos unos primeros interrogantes respecto al impulso real que pueda suponer para estos jóvenes talentos, ¿qué relevancia efectiva, más allá del premio monetario, denota para estos artistas ser galardonado con el Premio Turner? ¿Hasta qué punto puede este tipo de premios conceder un grado mayor de legitimidad significativa a su carrera? ¿Qué papel en concreto jugaron los Premios Turner durante la década de los noventa, en relación al proceso de legitimación de la generación de jóvenes artistas británicos?

Por tanto, para comenzar a dar algunas respuestas a estas cuestiones nos remitiremos en primer lugar al estudio de Thompson en el que especifica que la opinión consensuada entre los marchantes, a los que se cuestionó sobre las repercusiones de ganar el premio, y según el autor, para ellos “al menos garantiza al artista seleccionado una representación por un marchante establecido, e incrementa los precios del mismo en aproximadamente un 40%” (Thompson, 2010: 222). De lo que extraemos que cuanto menos, ganar este controvertido premio, contribuye a una retribución mínima de carga legitimadora, desde el círculo de los expertos reconocidos, dentro de la esfera del arte. Lo cual a su vez, conlleva efectos mercantiles al alza de todas sus obras, además de asegurar la representación en la primera fase del reconocimiento.

En un principio, lo que se buscaba con el premio, era gratificar una trayectoria artística, los comienzos de una carrera o cuanto menos una exposición particularmente brillante, pero desde 1991 con los grandes cambios en el certamen, y con la intención explícita de dar cabida a creadores completamente nuevos, sin trayectoria ninguna, finalmente el enfoque se centrará en la valoración de una obra concreta, aquella exclusivamente que se presenta al certamen.

De este mismo modo, por consiguiente, si en el año 1989 la edad media rondaba precisamente la media de cincuenta años, escasamente tres años más tarde, la media descenderá muy significativamente hasta los treinta años.

De hecho, el mismo año en que se implantó esta nueva perspectiva, tanto se centró el jurado en esta idea de novedad y frescura juvenil que de la selección final del grupo de cuatro artistas, la mitad se encontraban en torno a los veinte años, para sorpresa y consternación de muchos.

Con estos nuevos enfoques, que trataban de estar a la altura del interés social suscitado, la gratificación económica también se doblará y a partir de entonces el premio consistiría en 20.000 libras. Con estos giros hacia la juventud, el espectáculo, la sorpresa y el suspense, también implicaba un cambio claro del certamen hacia la novedad en sí, la controversia social y la polémica transgresión. Las cuatro obras que accedían a la fase preliminar eran expuestas en la Tate Gallery durante varias semanas y tras la amplia atención y cobertura mediática recibida, estas piezas serán para siempre identificadas socialmente con el prestigio y renombre del galardón.

Los casos modélicos en este sentido serán las obras no ganadoras como *My Bed* de Tracy Emin en 1999, o de *Mother and Child, Divided* de Damien Hirst en 1993, que a pesar de no haberse llevado finalmente el galardón, serán incluso más promocionadas y reconocidas por el gran público que aquellas otras, que si ganaron el premio, pero no generaron a su vez tanta controversia social. Significativamente ambos casos se tratan de las dos grandes figuras más representativas del movimiento de los YBA. Resulta muy necesario puntualizar, que en ningún caso las consideraciones al respecto del premio son unánimes, pues no pocos críticos, agentes y expertos del arte, consideran que el Premio Turner no es más que un gran circo mediático que rebaja la imagen y la presencia de los artistas que aceptan a participar en tal pantomima publicitaria. Como era de esperar, la escena de los nominados, en la década de los noventa estuvo ampliamente dominado por artistas de la generación de los YBA, o aquellos asociados a los YBA.

Muchos de estos artistas, hicieron su gran aparición en la escena del arte internacional a través de la mítica exposición, *Sensation*, así prevalecieron sus nombres, y se fueron legitimando sus figuras, a la par que la presencia del YBA en los Premios Turner a lo largo de casi toda la década de los 90.

Curiosamente, será con la llegada del año 2000, cuando las cosas comiencen a dar un giro inesperado, pues no solo la presencia de los YBA comienza a mitigarse, sino que el propio predominio de los británicos se verá amenazado, cuando el único nominado con orígenes ingleses resultará ser Glenn Brown⁸², el cual, significativamente, también era parte en aquel tiempo de los artistas gestionados y promocionados por Charles Saatchi, aunque bien es cierto que nunca fue considerado parte integrante del colectivo YBA.

Para justificar esta nueva línea de acción del certamen, Nicholas Serota declaró una sentencia de muerte directa al colectivo YBA, dando por concluida no solo su hegemonía en la candidatura a los premios, sino su propia presencia en el mundo del arte en general. Sentencia que quizás encerraba algunas visiones críticas respecto a la naturaleza del movimiento, pero que principalmente estaba argumentada respecto a la edad de los supuestos jóvenes artistas británicos, así declaró Serota que “los YBA no pueden ser siempre YBA. Ellos están ahora en el final de los 30 o el principio de los 40, haciendo cada uno su propia obra, y ya no son un movimiento. Los YBA deben ser contemplados como un fenómeno de los 90, no como algo que continúe en el siglo XXI” (Martín, 2007: 88).

⁸² Glenn Brown, es un artista británico, el cual es conocido por el uso del estilo *apropiativo* en sus pinturas. A partir de reproducciones de obras de otros artistas, Glenn Brown transforma la imagen “apropiándose” cambiando su color, posición, orientación, altura y anchura de la relación o el tamaño. A pesar de estos cambios, que en ocasiones se ha acusado de plagio, su obra ha sido objeto de numerosas exposiciones individuales incluyendo *Domaine de Kerguéhennec, Centre d'Art Contemporain*, Francia (2000); *Serpentine Gallery*, Londres (2004); *Tate Liverpool*, Inglaterra (2009) y numerosas exposiciones colectivas, incluyendo la *Galería Saatchi, Centre Georges Pompidou* o la Bienal de Venecia, Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles, Museo *Guggenheim*, Bilbao y *Rennie Colección*, Vancouver, Canadá. Su trabajo está representado por la famosa Galería Gagosian de Nueva York y Londres. Brown vive y trabaja en Londres y Suffolk, Inglaterra. Fue nominado para el Premio Turner en 2000, nominación por la que suscitó cierta controversia, especialmente al mostrar su trabajo en la Tate Britain para la exposición del Premio Turner.

Así si atendemos a los ganadores de principios y mediados de los noventa, el cambio de orientación y enfoque del premio resulta muy llamativo:

<u>Año</u>	<u>/</u>	<u>Ganador</u>	<u>/</u>	<u>Nominados</u>
• 2000:		Wolfgang Tillmans		Glenn Brown · Michael Raedecker · T. Takahashi
• 1999:		Steve McQueen		Tracey Emin · Steven Pippin · Jane and Louise Wilson
• 1998:		Chris Ofili		Tacita Dean · Cathy de Monchaux · Sam Taylor-Wood
• 1997:		Gillian Wearing		Christine Borland · Angela Bulloch · Cornelia Parker
• 1996:		Douglas Gordon		Craigie Horsfield · Gary Hume · Simon Patterson
• 1995:		Damien Hirst		Mona Hatoum · Callum Innes · Mark Wallinger
• 1994:		Antony Gormley		Willie Doherty · Peter Doig · Shirazeh Houshiary
• 1993:		Rachel Whiteread		Hannah Collins · Vong Phaophanit · Sean Scully
• 1992:		Grenville Davey		Damien Hirst · David Tremlett · Alison Wilding
• 1991:		Anish Kapoor		Ian Davenport · Fiona Rae · Rachel Whiteread

El salto espectacular del prestigioso y maduro escultor, Anthony Gormley, como ganador en 1994, al joven controvertido Damien Hirst con su oveja en formol de 1995, resulta patente y a pesar de la presencia de los YBA entre los seleccionados a comienzos de los noventa, será el año del 1995 el que marque un gran punto de inflexión, reforzado por la lista de candidatos de 1996, la cual íntegramente masculina, y fuertemente apoyada en la tendencia del YBA de forma manifiesta. Tendencia que se mantendrá hasta el ya citado año 2000 con el giro de mando de Nicholas Serota, pero que sustentará abiertamente el paso hacia la legitimación del movimiento y los artistas del YBA durante prácticamente una década en su totalidad.

El público del arte en general, todavía se manifestará profundamente dividido respecto a la filosofía del certamen. Al igual que respecto a la visión del arte en su conjunto, encontraremos aquellos fervientes partidarios de la tradición y el buen gusto histórico y los abanderados de la novedad, la ruptura y la controversia, aunque los contrarios al devenir del premio, parecían muchos más y se hacían mucho más visibles.

En la edición de 1993, los detractores del premio, Bill Drummond y Jimmy Cauty, anteriormente estrellas del pop con la banda KLF, crearon la *K Foundation*⁸³ para anunciar que ellos otorgarían el doble del Premio Turner, unas 40.000 libras al artista que, a su entender, hubiera hecho el peor trabajo artístico en ese mismo año. Ni que decir tiene que muy paradójicamente el premiado en este premio anti-Turner, no era otro que el mismo ganador del Turner de ese año. Así las acciones y declaraciones anti-Turner se repitieron y aumentaron a lo largo del tiempo y la ruptura entre ambas posturas se fue haciendo cada vez más patente.

Los autodefinidos como adversarios del premio han llegado a organizarse en una asociación denominada *The Stuckists*⁸⁴, uno de los fundadores es Billy Childish, artista y ex pareja de la misma Tracy Emin. Los *Stuckists*, que se sienten plenamente excluidos del sistema del arte, cada año se manifiestan a través de diversas acciones, así después de que Chirs Ofili ganase el premio en 1998, contra el estado del arte moderno a las puertas de la Tate Gallery.

⁸³ La *K Foundation* fue una fundación de arte creada por Bill Drummond y Jimmy Cauty (Del grupo de música KLF) en 1993, tras su retiro de la escena de la industria musical. La Fundación sirve como una inversión artística de los ingresos generados por la música después de la jubilación del dúo KLF. Entre 1993 y 1995, gastaron este dinero en un variado número de maneras, incluyendo en una serie de extravagantes anuncios de prensa de inspiración *Situacionista*, centrándose en particular en contra del Premio Turner. Lo más notorio de la fundación, fue cuando utilizaron un millón de libras en efectivo como plan para utilizar dinero en efectivo como material parte de una obra de arte, la cual finalmente quemaron en directo.

⁸⁴ El *Stuckism* es un movimiento artístico internacional fundado en 1999 por Billy Childish y Charles Thomson para promover el *arte figurativo* en oposición al *arte conceptual*. En julio de 2012, el grupo inicial de 13 artistas británicos se vio ampliado hasta unos 233 colectivos representados en 52 países. Childish y Thomson han publicado varios manifiestos. El primero fue *The Stuckists*, que consta de 20 puntos esenciales que comienzan con "El *Stuckism* es una búsqueda de la autenticidad". *El Remodernismo*, el otro manifiesto conocido del movimiento, es una crítica del postmodernismo, su objetivo es volver al verdadero espíritu de la modernidad, para producir arte con valor espiritual independientemente del estilo, la temática o el medio. En otro manifiesto ellos mismos se definen como anti-anti-arte, pues se manifiestan en contra del *anti-arte* y a favor del *Arte puro*. Después de exponer en pequeñas galerías del barrio de Shoreditch, Londres, el primera gran exposición de los *Stuckists* tuvo lugar en el importante museo público *Walker Art Gallery* en 2004, como parte de la Bienal de Liverpool. Desde el año 2000 el colectivo se ha manifestado periódicamente cada año en la Tate Britain contra la celebración del Premio Turner. También se han manifestado en numerosas ocasiones en total oposición al movimiento de los *Young British Artists* y su promotor Charles Saatchi.



Miembros Stuckist en los premios Turner de 1998 (Fuente: *stuckism.com*)

En esta misma línea, desde sus canales de comunicación, los *Stuckists* se dedican a ridiculizar a los nominados y ganadores del Turner, a los que califican como una continua broma nacional, dando voz a los que ellos consideran, la gran mayoría de los ciudadanos, con un mínimo criterio estético, del Reino Unido.

A pesar de estas alegaciones y réplicas contra el certamen, o quizás precisamente por ellas, el Premio Turner ha ido ganado en notoriedad y expectación, hasta generar una atención social propia de grandes eventos deportivos o galas cinematográficas exclusivamente. Así tras la aparición, reformulación y popularización del Turner, han surgido por todo el globo numerosas reproducciones de esta sugerente formula, de tal modo que a imagen y semejanza aparecieron, repentinamente, por ejemplo en Francia, el premio Marcel Duchamp en el 2000 y en el mismo año en Holanda, el premio europeo, Vincent Van Gogh. Y además de estos, existen un total de 4.500 premios de arte contemporáneo repartidos por todo el mundo. Los candidatos de la mayoría de estos certámenes menores, al igual que ocurre en los premios Turner, son escogidos por reducidos jurados más que por nominación pública abierta, pues como apunta Thompson en “muchas competiciones tienen como jueces el mismo grupo de coleccionistas, comisarios, críticos y otros profesionales del arte.

Por lo que no es de extrañar que los comisarios y coleccionistas apoyen muchas veces a los artistas cuyas obras poseen. Produciéndose así el efecto endogámico propio del mundo del arte contemporáneo, donde las instancias legitimadoras poseen intereses enfrentados respecto a sus juicios de valor para con las obras, los artistas y los movimientos” (Thompson, 2010: 222).

Más allá del riesgo potencial sobre los intereses enfrentados que pueda darse en la selección y discriminación de estos galardones, lo que no es desdeñable señalar, es que cada temporada que se anuncian los finalistas del premio, más de cien mil visitantes en pocos días, asisten a las salas de la *Tate Britain* cada año para contemplar en persona dichas obras, del mismo modo que todas las actividades mediáticas y de marketing desplegadas en paralelo al certamen, generan una inversión financiera indirecta, sobre la propia esfera del arte contemporáneo nada despreciable.

13. Análisis cuantitativo de la trayectoria artística de Damien Hirst.

En esta correspondiente sección analizaremos la carrera artística de Damien Hirst como abanderado del movimiento YBA, en términos estrictamente cuantitativos. Tratando de simplificar su impetuosa trayectoria, y consecuente legitimación artística posterior, a través de cuantificar, visualizar y valorar distintos parámetros de su progresión profesional, tanto en un tiempo comprendido por dos decenios, entre el año de 1994 al año de 2014, como en un espacio global que abarca la totalidad de las distintas regiones del planeta.

Este proceso de representación visual, a través de gráficas, tablas e infografías, de los datos obtenidos tras el estudio cuantitativo de la producción, exposición y venta de la obra de Hirst, está fundamentado en la vasta información obtenida tras la estancia de investigación realizada en la *School of Arts and Humanities at Nottingham Trent University* (Universidad de Artes y Humanidades de Nottingham-Trent) en el Reino Unido durante el periodo de los meses de Junio y Julio del 2015. Junto al análisis de los datos provenientes de los catálogos de exposiciones y galerías del Reino Unido obtenidos del fondo bibliográfico de la Universidad de Artes de Nottingham, hemos recopilado y contrastado igualmente esos mismos parámetros cuantitativos con la base de datos de la página web, *ArtFacts.Net*. Dicha página web, ArtFacts, con sedes en Berlín y Londres, supone un referente en la esfera del mercado del arte, que sirve como una de las guías referenciales monitoreando las subidas y bajadas de las cotizaciones de los artistas para inversores del mundo del mercado del arte moderno y contemporáneo.

La relevancia de *ArtFacts.Net* radica, entre otros factores, en la gran base de datos que incluye información histórica de las carreras artísticas de los creadores más destacados desde el inicio del mercado del arte moderno. Contiene de igual modo abundante información sobre valoraciones de numerosos artistas actuales, de las principales galerías de arte e instituciones artísticas de todo el mundo. El sitio web de propiedad privada; *ArtFact*, se fundó en el año de 2001, y será desde el año de 2004 que desarrolla una muestra del ranking de los artistas mejor valorados.

Esta clasificación, supone un componente clave de la red de servicios de *ArtFacts.Net*, pues se basa en un sistema de puntos dinámicos que le son otorgados a los artistas en base a una multiplicidad de factores, tales como el número de exposiciones realizadas, la tipología y naturaleza de las exposiciones (por ejemplo, si son colectivas, retrospectivas o individuales), el número de obras vendidas, los lugares en donde tuvieron lugar tales ventas o los precios específicos de las mismas. Es así que con este cálculo actualizado y con el sistema de asignación de puntos a los artistas, que se establecen las posiciones en dicho ranking referencial, del que nos serviremos para emplear algunos datos para cruzarlos con los obtenidos de la base cuantitativa de los fondos de catálogos y bases de datos de la Universidad de Nottingham.

Pues por una serie de restricciones en cuanto a la clasificación de información, estos recursos provenientes del sitio web, *ArtFacts.Net*, serán contrastados de igual modo con los obtenidos a través de la información de catálogos expositivos, comprendidos siempre en el periodo de principios de los años noventa (1994) y mediados de la segunda década del siglo XXI (2014) comprendiendo así una veintena de años exactos, entre el final del siglo pasado y el comienzo del presente siglo.

13.1 Presencia global de la obra de Damien Hirst

En la **tabla 1.1**, trataremos de poner de relieve la presencia global del artista, Damien Hirst, encuadrado en dos variables complementarias. Por un lado, será distribuida la presencia de su obra por regiones geográficas, y por otro, clasificado por la naturaleza de la presencia de su obra, enmarcada en distintos formatos expositivos. Es decir teniendo en cuenta y valorando la gran diferencia que supone, estar presente, o exponer obra, como parte de la colección de un gran museo que de una reducida galería privada. Pues resulta evidente que desde el punto de vista legitimador, no es lo mismo ser expuesto bajo el amparo de un museo público de referencia, que tiene como único objetivo la muestra y difusión de la obra, cuyo poder legitimador es bien alto, frente a la exposición de la misma en una galería privada, donde además de una recepción mucho menor por parte del gran público, su finalidad en último término, supone la venta para un potencial coleccionista.

Por no hablar de la diferencia en términos de legitimación que supone la presencia de la obra como parte de un lote para ser subastada, que a pesar de ser representativa, supone esta una variación de su naturaleza legitimadora más que evidente.

Finalmente englobaremos en un cuadrante final la totalidad de exposiciones organizadas fuera del formato de instituciones museísticas o galerías privadas, es decir en ella estarán representadas todas aquellas oportunidades en donde se mostró la obra de Hirst, externas a museos y galerías, desde muestras autogestionadas, hasta bienales, ferias o festivales de arte contemporáneo.

Una vez analizados los datos compilados, vimos conveniente fragmentar, tanto esta primera **tabla 1.1**, como un gran número de las que le siguen, la base de datos en secciones, divididos tanto por regiones culturales macrogeográficas, como por la naturaleza del formato en donde se exhibe la obra del artista.

Atendiendo a este último criterio formal, plantearemos las siguientes categorías expositivas o presenciales:

1. Número total de exposiciones
2. Colecciones públicas de las obras del artista
3. Representación en las galerías privadas
4. Presencia en subastas de obras del artista

De igual modo es preciso señalar que tanto para esta primera tabla, como en numerosas de las que la siguen, la clasificación por criterios de distribución por regiones macrogeográficas ha sido necesario para una mejor comprensión y visualización del mismo. Aunque quizás requiera esta una aclaración en términos clasificatorios, pues se trata de una división realizada fundamentalmente en términos de posicionamiento geográfico, aunque también debido a su ambigüedad histórica, la clasificación ha sido realizada en términos de pertenecía a un mismo conjunto económico, social y cultural, y por tanto esta división podría ser discutida o matizada, pues no deja de ser un criterio en cierto modo ambiguo o subjetivo, pero se trata de una decisión instrumental y metodológica para poder entender y visualizar de un modo más directo y sencillo el ingente volumen de información global recopilado.

Así entenderemos la región de *América del Norte*, no solo como el país de los Estados Unidos, sino también los países limítrofes que igualmente ocupan esa región del norte continental: Canadá y México. Por otro lado, *Europa del Este*, comprendería países como, Polonia, Rusia, República Checa, Eslovaquia, Letonia, Lituania, Estonia, Eslovenia, Hungría, Rumania, Ucrania y Croacia. *Europa del Norte*, Inglaterra, Irlanda, Islandia y los países escandinavos tales como; Dinamarca, Suecia, Noruega y Finlandia. *Europa del Oeste*, comprendería países como Alemania, Austria, Suiza, Bélgica, Holanda y Luxemburgo. *Europa del Sur*, comprendería países como Portugal, España, Francia, Italia, Grecia y Chipre. Posteriormente estarían comprendidas en su totalidad las regiones de *Asia* (incluyendo a los países de Oriente Medio) y *Australia* (incluyendo a Nueva Zelanda).

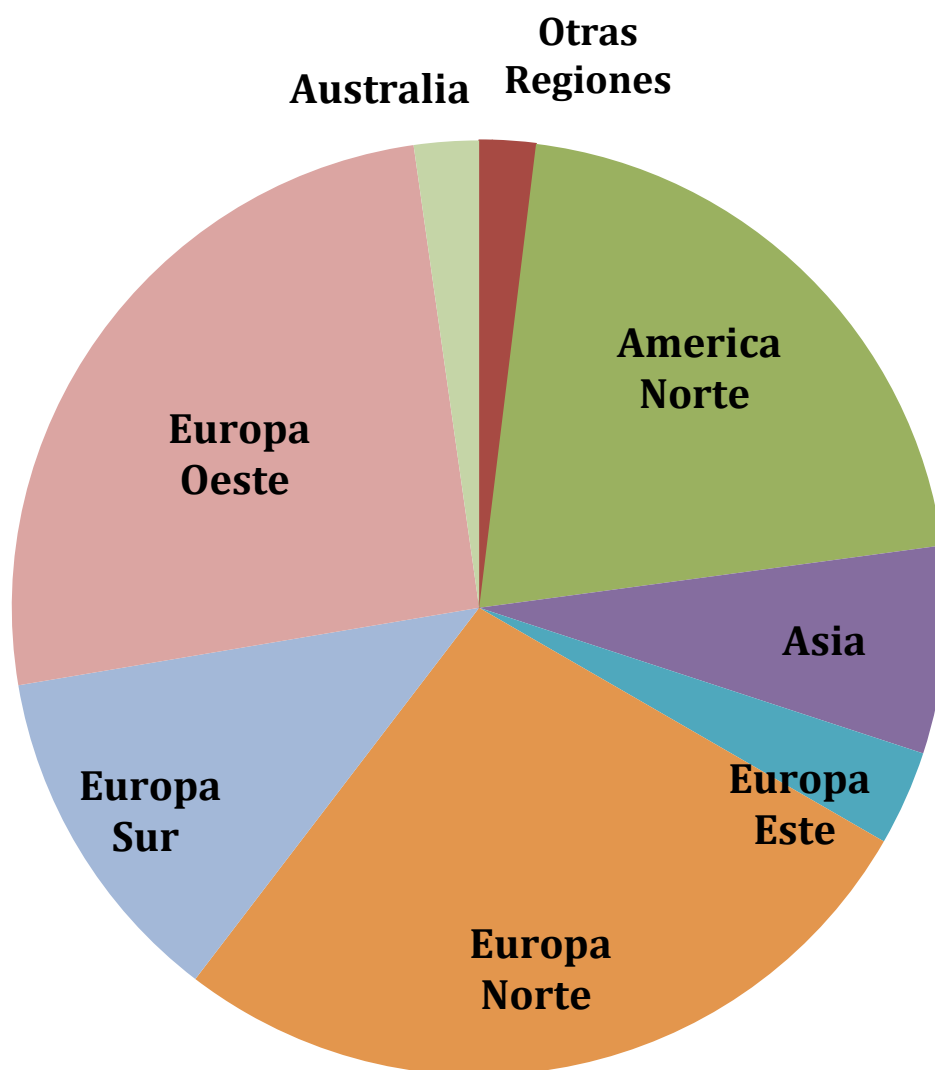
Finalmente entenderemos dentro de la categoría de *Otras regiones*, a aquellas regiones con una presencia de la obra de Damien Hirst casi desestimable, pero que agruparemos en un conjunto restante, nos referiremos a la suma de las regiones de América Central y del Sur, así como la entera totalidad del continente africano.

Tabla 1.1 (Fuente: elaboración propia)

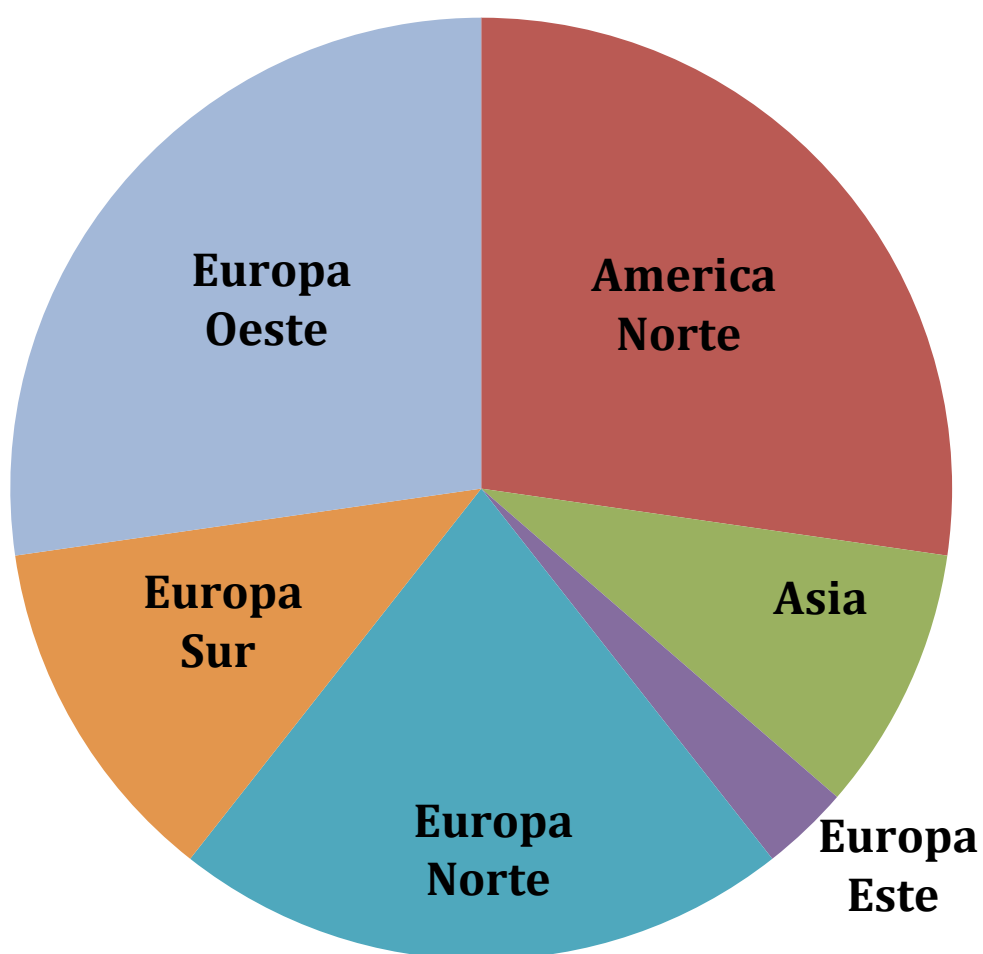
**Presencia global de la obra de Damien Hirst clasificadas
Por regiones en el mundo desde el 1994 al 2014.**

Regiones Geográficas	Total de Exposiciones	Museos públicos	Galerías privadas	Subastas Realizadas
América Norte	140	9	19	196
Asia	48	3	5	40
Europa del Este	22	1	1	1
Europa del Norte	181	7	13	261
Europa del Sur	80	4	6	2
Europa del Oeste	170	9	9	112
Australia	15	0	0	22
Otras regiones	13	0	1	1
TOTALES	669	33	54	634

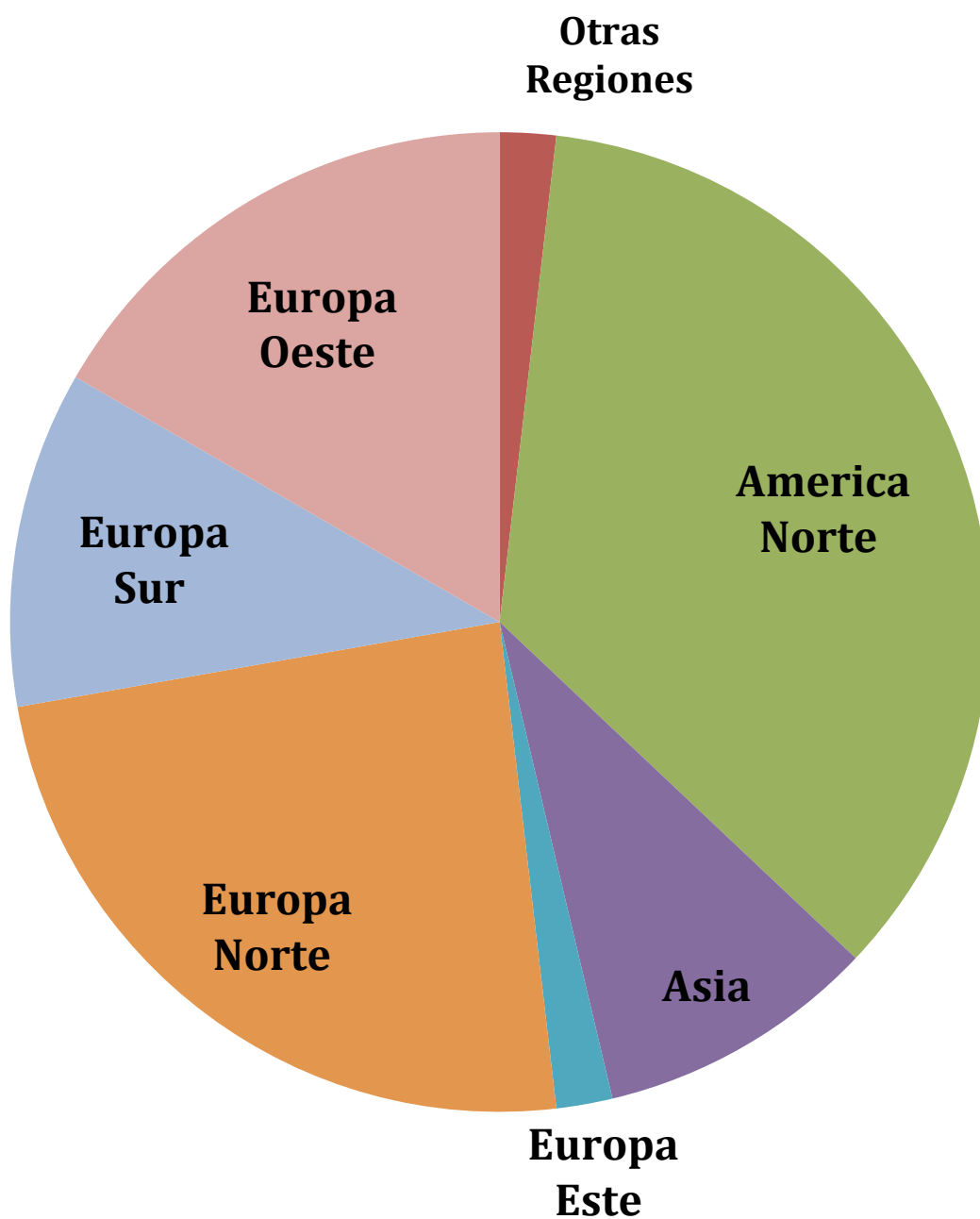
Total de exposiciones realizadas por Hirst desde el 1994 al 2014



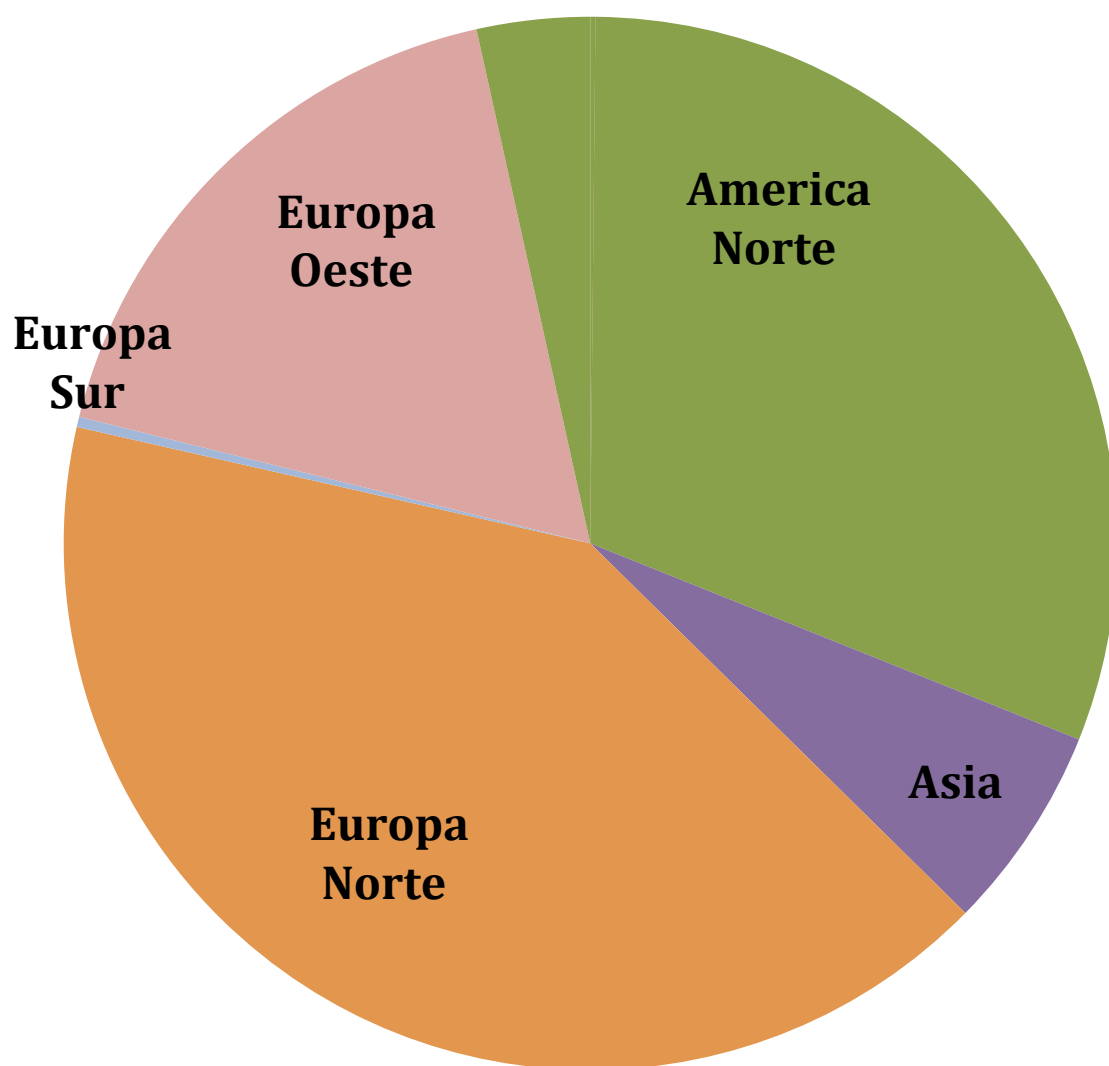
**Presencia global de la obra de Hirst
en Museos e Instituciones Artísticas
públicas del 1994 al 2014**



Presencia global de la obra de Hirst en Galerías Privadas del 1994 a 2014



Subastas realizadas con las obras de Hirst entre 1994 y 2014



Como parte de las conclusiones extrapolables de este primer análisis en relación a la presencia de la obra de Damien Hirst a lo largo del globo, así como del tipo de naturaleza donde se exhibe su obra, el número total de exposiciones de diversa índole y su distribución internacional, nos resulta imprescindible señalar en primer lugar, la absoluta concentración de la misma en las regiones preponderantes de Occidente. Es decir, tanto en lo referente a la presencia en instancias de legitimación propias del círculo de los especialistas y expertos del arte, como curadores de museos e instituciones artísticas, como en lo referente al círculo del mercado en galerías y subastas, la totalidad de ellas se concentran en porcentaje algo mayor de un 84% en las regiones de *Europa del Norte*, *América del Norte* y *Europa del Oeste*. Evidentemente con estas regiones, nos referimos específicamente a los países de Inglaterra, en la zona de *Europa del Norte*, a los Estados Unidos en la *América del Norte*, y a los Países Bajos, Suiza, Francia y Alemania en la *Europa del Oeste*.

En lo referente a esta predominancia occidental de la distribución geográfica de la obra de Hirst, resulta igualmente significativo señalar que el sumatorio de las regiones Europeas son igualmente mayoritarias de una forma abrumadora. Pues aunque la presencia en la región norteamericana es significativa, nunca llega a representar más de un 37% del total, siendo en la categoría que analiza la presencia de la obra en galerías privadas su máximo exponente. Mientras que en el sumatorio de las distintas regiones europeas la media de su presencia artística en la totalidad de ámbitos del sector es del 61%.

Es por ello que, más allá de la casi insignificante presencia de la obra de Hirst en algunas regiones como la Asiática, o la nulidad casi absoluta en continentes enteros como el africano o sudamericano, podemos determinar, que en términos de presencia de su obra, el artista Damien Hirst, es una figura puramente Occidental, surgida, difundida y consumida casi en exclusividad en las regiones económicas más pujantes de Occidente; Inglaterra, Estados Unidos, Suiza, Países Bajos, Francia y Alemania.

Al mismo tiempo, como hemos ya señalado, dentro de esta localización occidental, es especialmente representativo el papel que juega su alta presencia con una gran predominancia europea, particularmente en lo referente al número total de exposiciones del artista, así como del apoyo recibido por las importantes instancias de legitimación museísticas, la cual representa tan solo en la región europea un sumatorio de un 67% del total.

13.2 Exposiciones organizadas por tipologías de los espacios expositivos

La siguiente **tabla 1.2**, gráfico y diagramas de barras muestran la trayectoria histórica de las exposiciones del artista en las diferentes instituciones y espacios artísticos. Cada columna, espacio y color representa una tipología diferente del espacio o institución. Las diversas columnas del diagrama de barras, así como el gráfico circular que le sigue, se disponen para diferenciar e ilustrar por contraste, el número total de exposiciones por cada año en relación a la tipología de exposición realizada, ya sea en una galería privada, una institución museística o un festival o bienal. Siendo el diagrama de barras el que permite ilustrar las variaciones en las tipologías de espacios a través del tiempo, año a año, mientras que el gráfico circular muestra la relación total entre las exposiciones en los diferentes espacios durante toda su trayectoria, comprendida entre las dos décadas, desde el año de 1994 hasta el 2014.

Estas representaciones gráficas pretenden poner de relieve las esferas en las que el artista es más activo, los ámbitos en los que es mayormente apreciada su obra, su crecimiento o decrecimiento representativo a lo largo de las dos décadas y por supuesto, definir la tipología del espacio donde se realiza principalmente la visualización de su obra. Consideramos especialmente relevante esta óptica de análisis desde la intención intrínseca del estudio para definir la trayectoria de legitimación del artista a lo largo de este veinteno crucial para la carrera del artista, pues resulta fundamental delimitar a qué círculo de legitimación y reconocimiento pertenece los espacios que convalidan sus propuestas, ya se trate de espacios con una curaduría por parte del círculo de los expertos y comisarios de instituciones públicas, o bien de exposiciones con el fin de poner a la venta la obra en galerías privadas, la tipología del espacio vendrá a definir en qué tipo de círculo se está legitimando su obra a lo largo del tiempo.

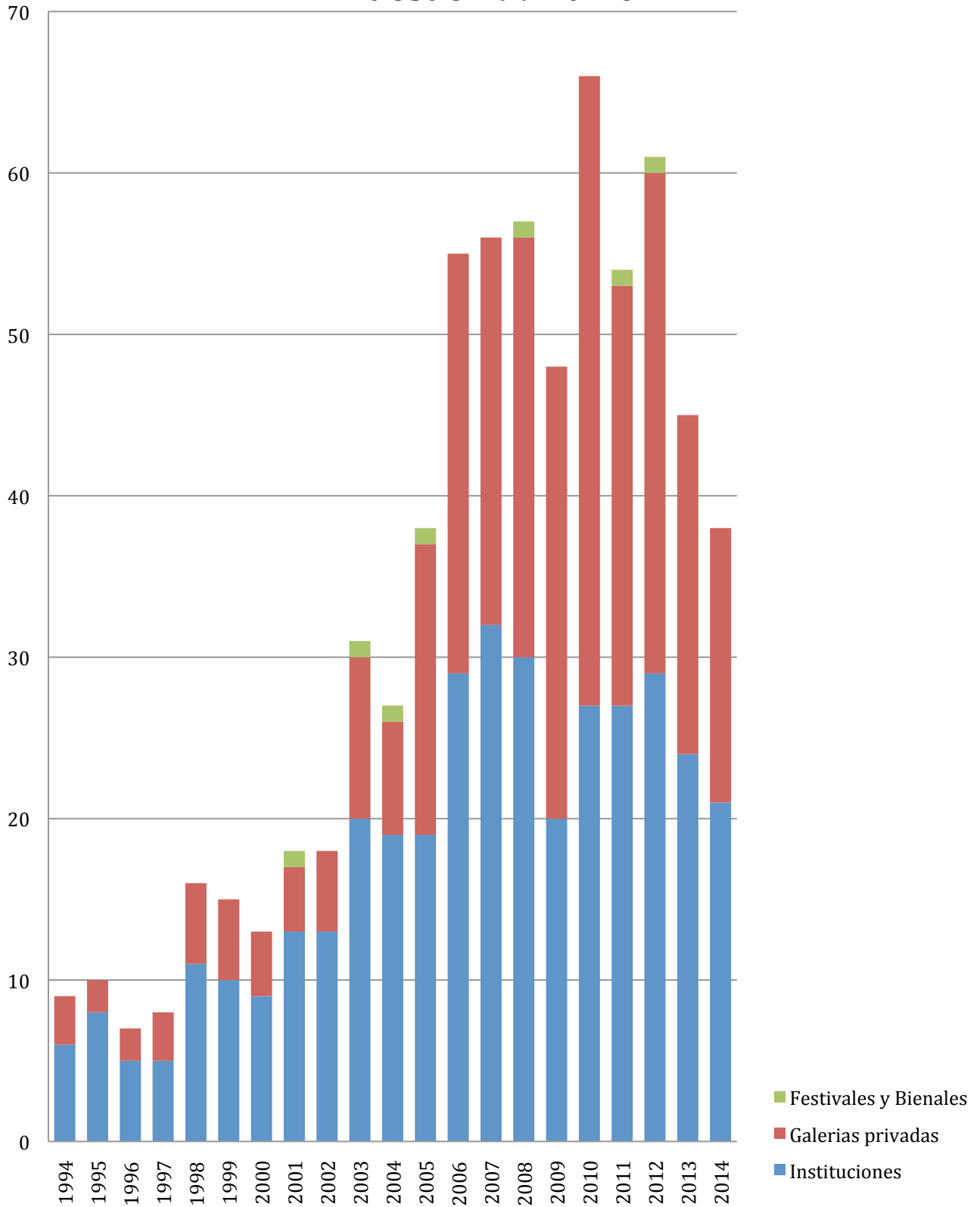
**Tipologías de los espacios expositivos de las obras
de Damien Hirst, entre el año de 1994 y 2014.**

Tabla 1.2 (Tabla de elaboración propia)

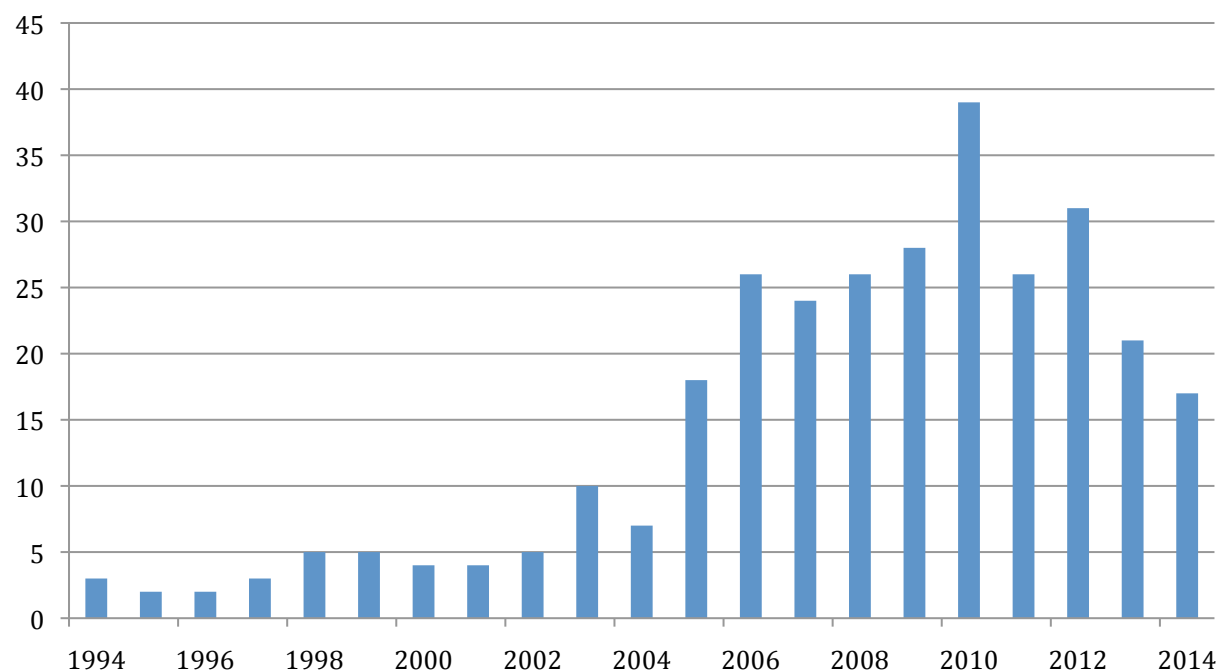
Año	Festivales y Bienales	Galerías Privadas	Instituciones Museísticas
1994	0	3	6
1995	0	2	7
1996	0	2	5
1997	0	3	5
1998	0	5	11
1999	0	5	10
2000	0	4	9
2001	1	4	13
2002	0	5	13
2003	1	10	20
2004	1	7	19
2005	1	18	19
2006	0	26	29
2007	0	24	32
2008	0	26	30
2009	0	28	20
2010	0	39	34
2011	1	26	27
2012	1	4	29
2013	0	15	24
2014	0	7	8
Totales	6	290	364

(Gráfica de elaboración propia)

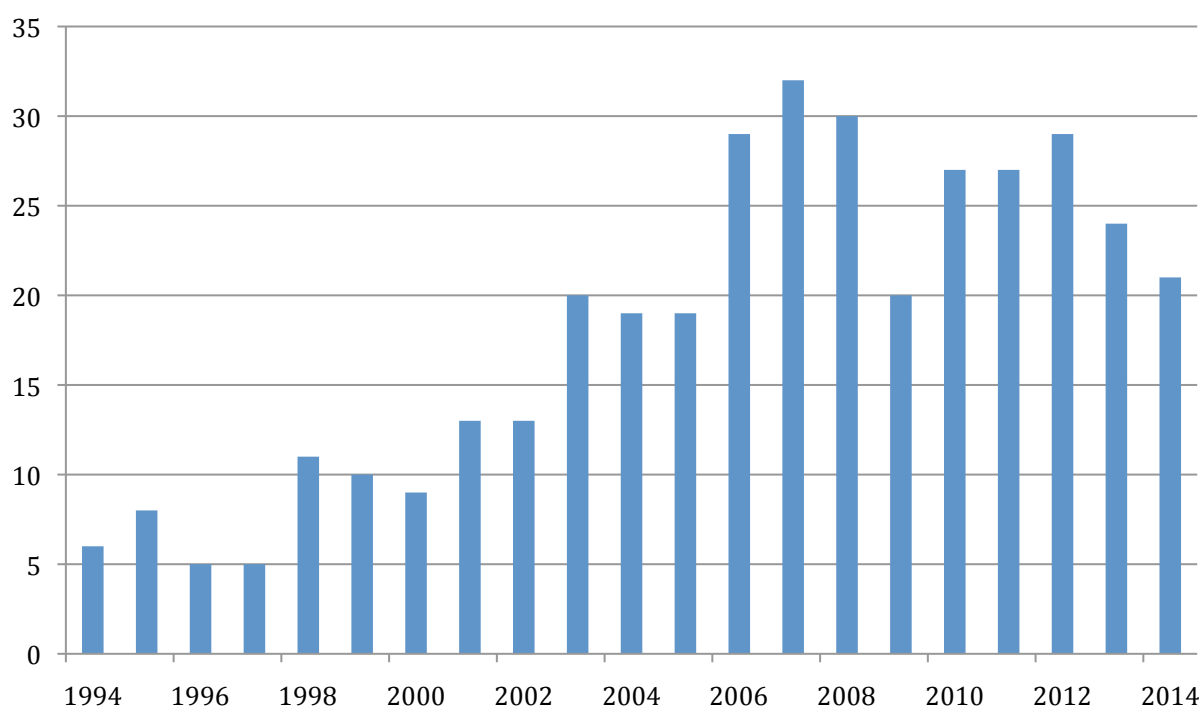
Exposiciones de Hirst por tipologías desde 1994 a 2014



Presencia en Galerías privadas entre 1994-2014



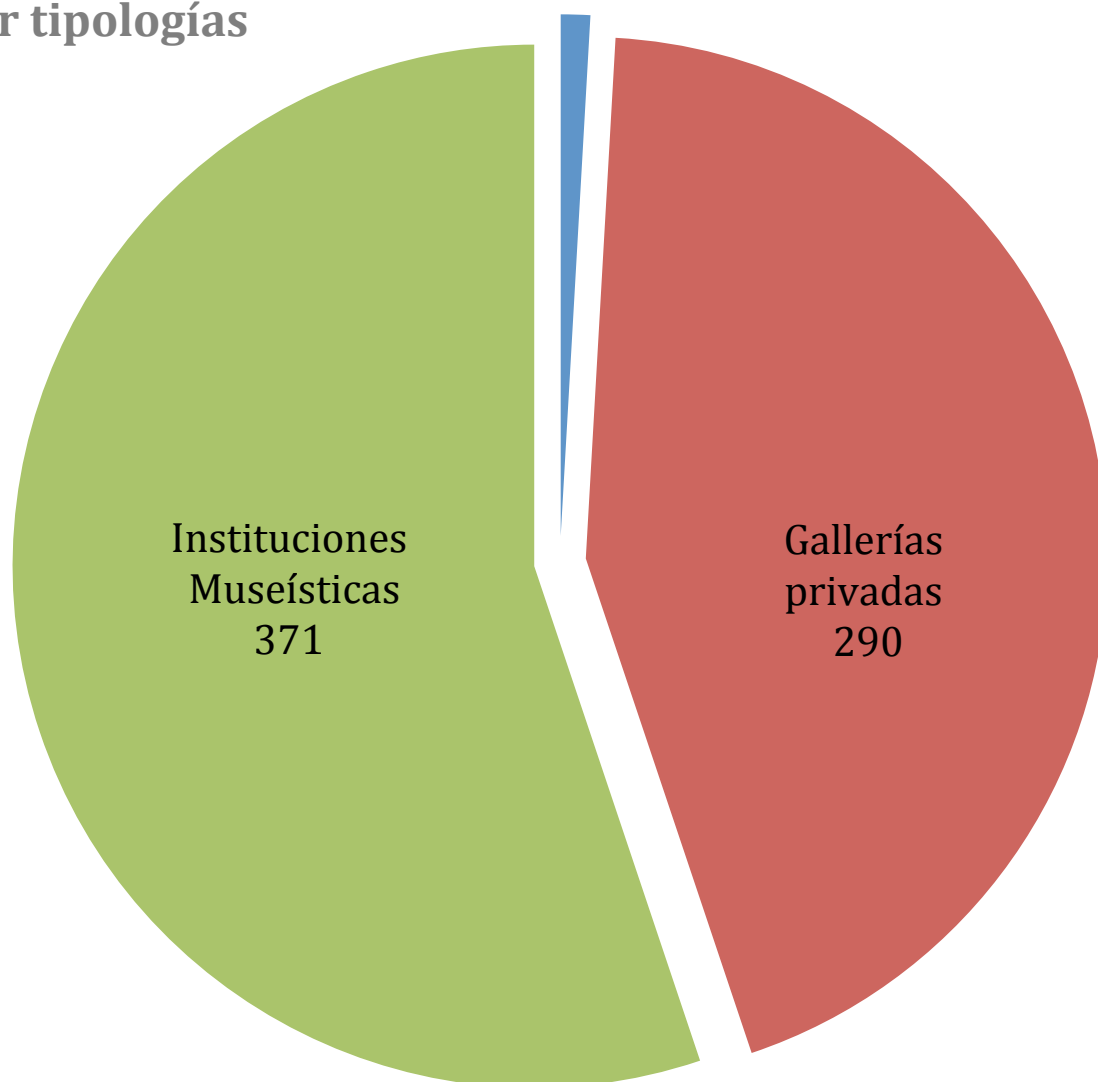
Presencia en Instituciones Museísticas entre 1994-2014



Totales:

Exposiciones de Hirst
por tipologías

Festivales y Bienales 6



Como análisis conclusivo relevante respecto a este segundo estudio cuantitativo en relación a la **tabla 1.2** sobre la tipología de los espacios que han albergado la obra de Damien Hirst a lo largo de los años correspondientes del 1994 al 2014, podemos señalar como una tendencia llamativa la conversión evidente que sufre la tipología de estos espacios a lo largo de las últimas décadas. Es decir desde una primera década, en sus comienzos, donde mayoritariamente la obra era expuesta en instituciones y museos, a una última década donde la proporción de este número de espacios se invierte, dando lugar a casi una duplicación del número de galerías privadas respecto al de instituciones y museos. Específicamente será en torno a los tres años del 2005 al 2007 cuando esta proporción comience a invertirse, superando en los espacios privados la presencia de la obra respecto a los espacios públicos museísticos, y en concreto en los tres años del 2009 al 2011, cuando el número de galerías casi se duplique respecto al de instituciones y museos.

Del mismo modo, y entorno a los mismos años de inicios de la década del siglo XXI, será cuando la presencia del artista en *Festivales y Bienales* artísticas se regularice con una presencia casi constante. En contraposición a este respecto, también es necesario señalar que posteriormente pasados estos años, y hacia mediados de la presente década, su presencia en este tipo de *Festivales y Bienales* se presenta más que una constante, como una débil intermitencia casi extinta. En paralelo a este declive en la presencia bienalística, a partir de los años de 2011 y 2012, las exposiciones de Hirst sufren un descenso bastante significativo, tanto en la esfera privada del círculo del mercado, como en la pública de las instituciones y museos. Podemos afirmar así en base a este análisis que el año de la cúspide de la trayectoria artística de Hirst (al menos hasta la fecha de 2014) se situará en torno al lustro del 2006 al 2011. Siendo el último año del estudio cuantitativo, el 2014, un año en nada excesivamente beneficioso para el artista. En términos cuantitativos se podría decir que ya desde el 2012, el artista sufre de una clara trayectoria decreciente, siendo el 2014 un año similar en números totales al 2005, año previo al boom galerístico que este experimentará desde el 2006 hasta el 2011 como ya hemos visto anteriormente.

Por tanto como una de las conclusiones finales respecto a esta óptica de aproximación, podríamos afirmar que en la trayectoria del artista finalmente describe una tipología de acción precisamente como viene a describir Allan Bowness en su esquema sobre el reconocimiento de artista. Es decir, frente a un primer análisis de su obra en una etapa inicial de su carrera durante los años noventa, su obra viene a ser legitimada, expuesta y visualizada en espacios de carácter institucional museístico, reconocida por tanto, por parte de lo que Bowness denomina, los “expertos”; críticos, comisarios y directores de museos que mayoritariamente albergan su obra en dichos espacios. Etapa que dará paso más tarde, al tercer círculo de Bowness, aquel perteneciente al mercado, donde las figuras de galeristas y marchantes expondrán principalmente en torno a los años de 2006 y 2007, las obras de Hirst en espacios mayoritariamente comerciales como galerías de arte privadas frente a las instituciones museísticas que seguirán siendo bastante representativas, pero que se verán sobrepasadas en número frente a los espacios privados destinados a la venta de obras.

13.3 Clasificación por tipologías de exposiciones.

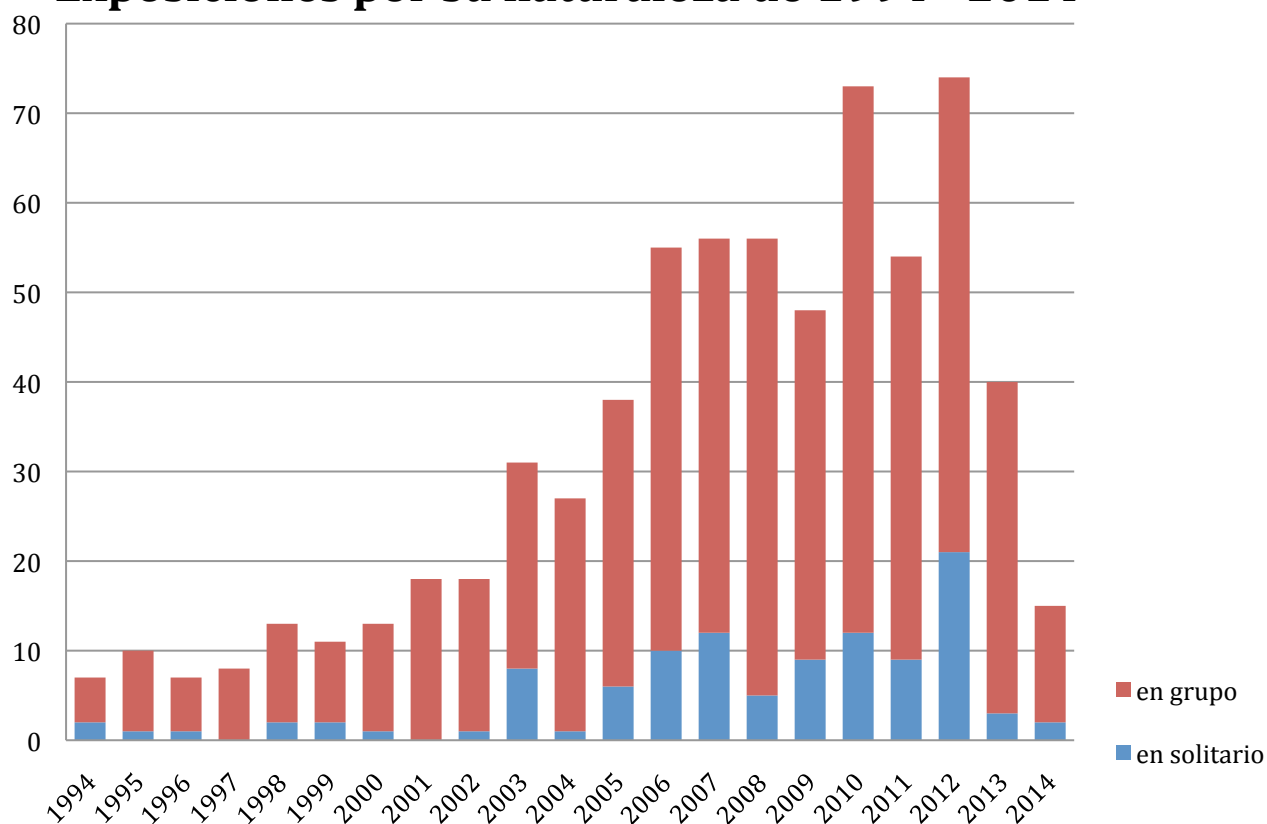
Tanto en la **tabla 1.3**, como en el diagrama de barras estratificadas y el gráfico circular se muestra la trayectoria del artista, clasificado por las diferentes tipologías de las exposiciones realizadas. Cada color o segmento diferente representa un tipo de muestra en el que Hirst estuvo involucrado durante las décadas de 1994 a 2014. En el diagrama de barras se muestran verticalmente el número total de muestras realizadas separando por colores las exposiciones realizadas exclusivamente para la obra de Hirst en solitario, de las que fueron organizadas para albergar colectivamente distintas obras de varios artistas al unísono. En cambio en el gráfico circular se muestra la totalidad de exposiciones realizadas en ese arco temporal en relación a su tipología, o bien colectiva o individual. Estos gráficos ayudan a entender en qué tipo de ámbito los comisarios sitúan las obras del artista, ya se trate de una visión exclusiva y personal de su obra, o más probable, de una, o una serie de obras, que se muestran en interacción con las obras de otros artistas.

Tabla 1.3 (Tabla de elaboración propia)

**Exposiciones de Damien Hirst
clasificadas por tipologías desde 1994 a 2014.**

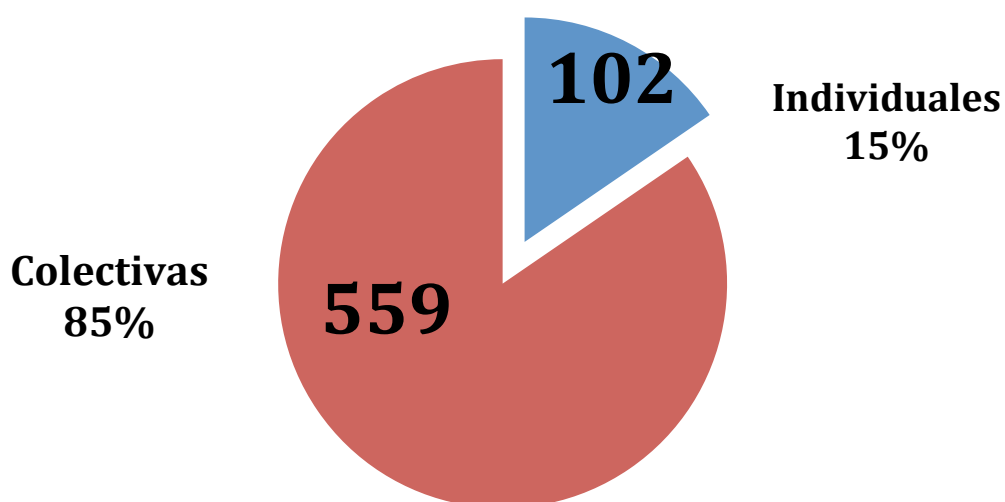
Año	Individuales	Colectivas	Totales
1994	2	5	7
1995	1	9	10
1996	1	6	7
1997	0	8	8
1998	2	11	11
1999	2	9	9
2000	1	12	13
2001	0	18	18
2002	1	17	18
2003	8	23	31
2004	1	26	27
2005	6	32	38
2006	10	45	55
2007	12	44	56
2008	5	51	56
2009	9	39	48
2010	12	61	73
2011	9	45	54
2012	21	53	74
2013	3	37	40
2014	2	13	15
Totales	102	559	661

Exposiciones por su naturaleza de 1994 - 2014



Totales

Exposiciones por su naturaleza:



Resulta significativo que ante la poderosa imagen actual de Hirst como artista, comisario, agente del arte, coleccionista y relaciones públicas, autosuficiente y todopoderoso, tras el análisis de la trayectoria de las tipologías de sus exposiciones se pone de manifiesto como la aplastante mayoría de sus exposiciones son de carácter colectivo o grupal, pues como hemos visto, entorno al 85% de sus exposiciones durante estas dos décadas de su trayectoria profesional estudiada, han sido de carácter grupal. Datos que contrastan frente a un reducido 15% del total de exposiciones de carácter individual desarrolladas principalmente durante la segunda década analizada, es decir a partir de los años del 2005 y 2006, con 6 y 10 exposiciones individuales desarrolladas respectivamente, seguidas de un 2007 y un 2010 con 12 exposiciones individuales en cada año. Destacando de nuevo en esta **tabla 1.3** por encima de todos el años, el periodo de 2012, año coincidente con la gran exposición desarrolla por la institución británica de la *Tate Modern*, tras la cual, podemos percibir como la carrera de Hirst recibirá un gran espaldarazo, cerrando dicho año con un total de nada menos que 21 exposiciones individuales y un total de 53 colectivas en un solo año.

13.4 Clasificación de la trayectoria del artista.

En este baremo expresado a través de la siguiente **tabla 1.4**, se podrá de relieve el posicionamiento en el ranking valorativo llevado a cabo por la plataforma de *Artfacts.Net* en la cual el portal de Internet utiliza un patrón de análisis y puntuación de los artistas para poder visualizar los desplazamientos en términos de aceptación y valoración social del mismo, a través de la herramienta de clasificación del artista durante años en el ranking establecido.

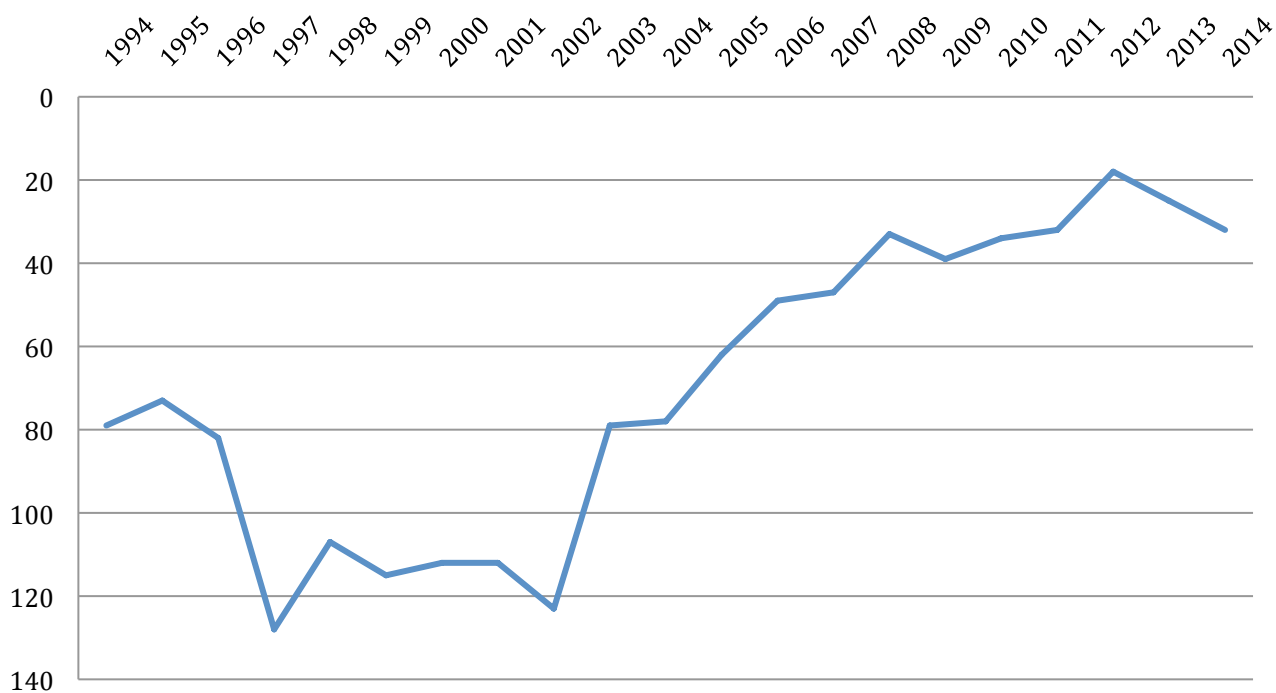
Se trata de una herramienta visual que como tal nos puede ayuda a visualizar su dinámica evolutiva a lo largo de los años noventa y primera década del dos mil. Y a pesar de que no consideremos, a un nivel crítico, dicho ranking como un reflejo absoluto o irrefutable de la realidad artística contemporánea, si que nos resulta muy útil a nivel instrumental. Debido principalmente a la facilidad de dicha clasificación valorativa para dibujar, aunque siempre desde un perspectiva del mercado del arte, una trayectoria profesional que de otro modo resultaría mucho más arduo e intangible poder trazar y delimitar correlativamente. Dicha clasificación se perfila como una línea horizontal dinámica basada en el rango clasificatorio del artista calculado en base a diversas variables. Dichas variables comprenden, por un lado, la valoración y cuantificación del número de exposiciones al año, estableciéndose los parámetros de forma cuantitativa de acuerdo con el número de muestras realizadas, pero también de un modo cualitativo valorando el tipo y la naturaleza del total de las muestras realizadas en relación con todos los demás artistas valorados dentro de la base de datos de *Artfacts.Net*. Como resultado de dicho gráfico de líneas, obtendremos el rango valorativo en el que se encuentra el artista en cada periodo de su carrera respecto al mundo del arte expositivo y mercantil. Pues cuanto mejor sea el rango valorativo en comparación con otros artistas de la base de datos de *Artfacts.Net*, supone una mayor visibilidad del artista, tanto en instituciones del arte, como en galerías y casas de subastas. Siendo la posición del ranking más alta y mejor valorado el 1, mientras que por el contrario a fechas de 2014 la posición más baja se situaba en el 99.992. Lo que supone una base de datos total de casi cien mil artistas de nivel mundial.

Tabla 1.4 (Tabla de elaboración propia)

Posición de Damien Hirst en el Ranking de *ArtFacts.Net*

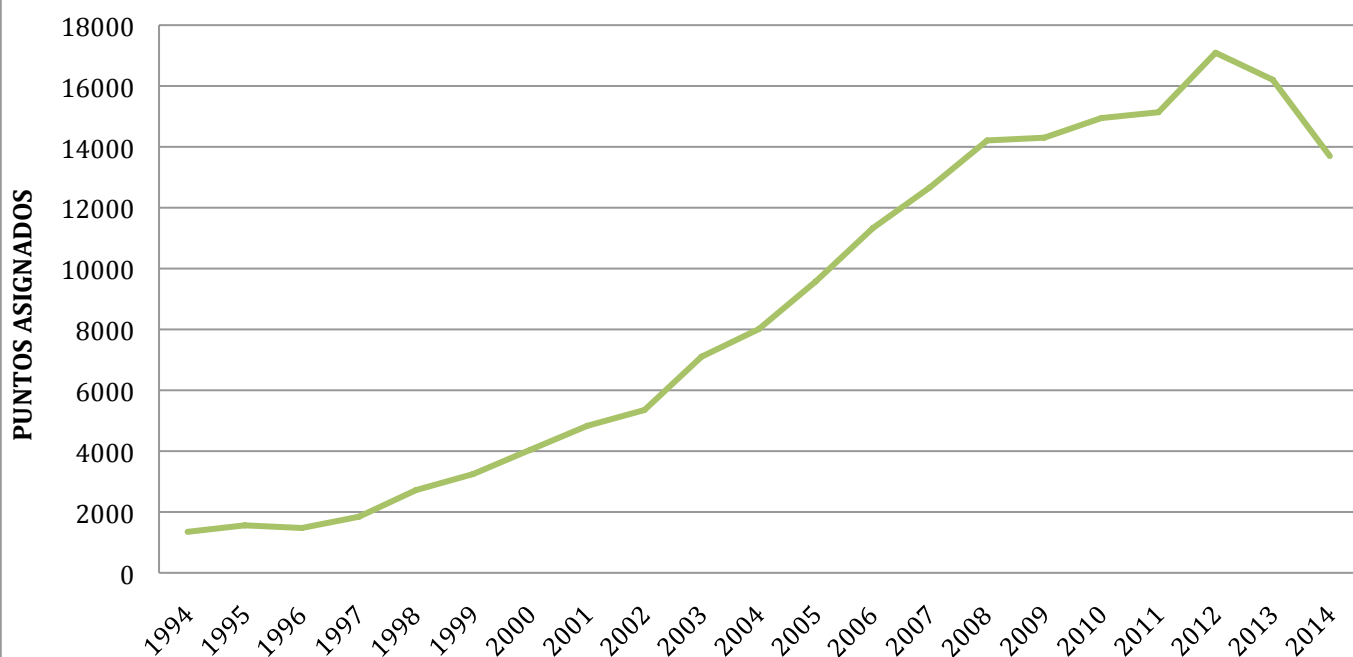
Año	Posición	Puntos asignados
1994	79	1348
1995	73	1561
1996	82	1474
1997	128	1844
1998	107	2720
1999	115	3246
2000	112	4043
2001	112	4833
2002	123	5351
2003	79	7104
2004	78	8009
2005	62	9578
2006	49	11331
2007	47	12671
2008	33	14210
2009	39	14301
2010	34	14946
2011	32	15138
2012	18	17093
2013	25	16206
2014	32	13698

(Gráficas de elaboración propia)



Posición en el ranking en el periodo: 1994 - 2014

Puntos del ranking en el periodo: 1994 - 2014



Desde nuestra óptica de estudio, las conclusiones más destacables de los gráficos analizados anteriormente, consiste en la puesta de relieve de los dos periodos más significativos de la carrera de Damien Hirst, ambos cruciales desde el punto de vista de su trayectoria profesional. Nos referimos a aquellos años comprendidos, en primer lugar, en el periodo de 1998 y 2000, y posteriormente en aquel comprendido entre los años de 2008 al 2013.

Ambos intervalos suponen un antes y un después en la trayectoria del artista, pues el primero (de 1998 al 2000) marca su lanzamiento y posicionamiento en un espacio de una relativa influencia relevante para el mundo del arte actual. Por el contrario, el segundo (de 2008 al 2013) supone la cúspide de la conquista por parte del artista como un referente individual del sistema del arte, aunque sobretodo de cara a un mercado de inversiones artísticas, al igual que de consagración formal de su figura en instituciones de relevancia internacional.

En ambos periodos, Hirst alcanza posiciones récords sobresalientes en perspectiva al resto de su trayectoria profesional, pues en el 1998 pasa a ser el número 88 viniendo de años como los de 1997 y 1996 en los que ocupaba posiciones como el 141 y el 185 respectivamente. De igual modo entre los años de 2008 al 2012, alcanza posiciones del 29 al 18, viniendo de los años de 2006 y 2007 donde ocupaba posiciones de 52 y 48, dando un salto cualitativo en este segundo periodo hacia muy altas posiciones, las cuales se perderán posteriormente en los años de 2013 y 2014, volviendo hacia puestos de 31 y 35 respectivamente. Ambos ciclos de éxito profesional representado por la escalada en las posiciones del ranking de *ArtFacts.Net*, tienen sus motivaciones principales en hechos relacionados estrechamente con los medios de comunicación, las casas de subastas y la autopromoción a lo largo de esos precisos años. En primer lugar, los últimos años de la década de los noventa es cuando se le abrirán las puertas de la renombrada exposición *Sensation* en la Royal Academy de Londres. Acontecimiento, que como ya hemos analizado, significó, tanto por sus repercusiones en el mundo del arte, como por la gran cobertura mediática empleada, una verdadera plataforma de lanzamiento mundial del colectivo de los *jóvenes artistas británicos*.

Mientras que por otro lado, serán los años desde el 2008 al 2012 los que marquen a fuego la carrera del artista británico. Pues será en esta ocasión, cuando dos acontecimientos de naturaleza bien distinta, conformen dos puntos de inflexión cruciales para su trayectoria. Por un lado será en 2008 en la ya mitificada gran noche de subastas de Sotheby's en la ciudad de Nueva York justo en la víspera de la caída del coloso económico *Lehman & Brothers*, la que batirá todos los récords de ventas conocidos por el artista hasta el momento. A pesar de las muy debatidas consecuencias posteriores a la subasta, no tan beneficiosas como en principio podía parecer, para la carrera de Hirst.



Exposición de Hirst en la Tate Modern (2012) Fuente; www.tate.org

En contraposición al mitificado hito comercial de la subasta de Hirst en 2008, será durante el año de 2012 cuando el referente institucional en el mundo del arte actual europeo, la Tate Modern de Londres consiga finalmente realizar una muestra retrospectiva de la obra de Hirst. Ambos acontecimientos, de carácter bien distintos, serán los detonantes claves para el ascenso de las posiciones de Hirst en el ranking valorativo durante esos determinados años.

13.5 Clasificación por valoraciones anuales

Este sistema de clasificación de la **tabla 1.5** se concede a cada exposición que realiza un determinado artista una cantidad específica de puntos, a su vez, la cantidad de puntos asignados están relacionados con las características propias de cada una de las exposiciones.

En el gráfico de líneas se representa también, el valor medio de los puntos dados al artista en el periodo de un año. Este valor medio corresponde a cada valor obtenido tras la valoración proporcional entre el valor mínimo y el valor máximo de puntos cualitativos dados a un artista por cada una de las exposiciones realizadas ese mismo año. Por lo que en esta tabla se reflejará si los puntos que Hirst ha ido recibiendo por exposiciones realizadas están siguiendo una tendencia, en cuanto a su valoración cualitativa, creciente o por el contrario decreciente.

En cualquier caso, resulta importante señalar que la media de los artistas evaluados de este modo, por la plataforma de asesoramiento, permite compensar una exposición evaluada con una categoría superior, con un mayor número de exposiciones, aunque se traten de muestras con una categoría de menor importancia.

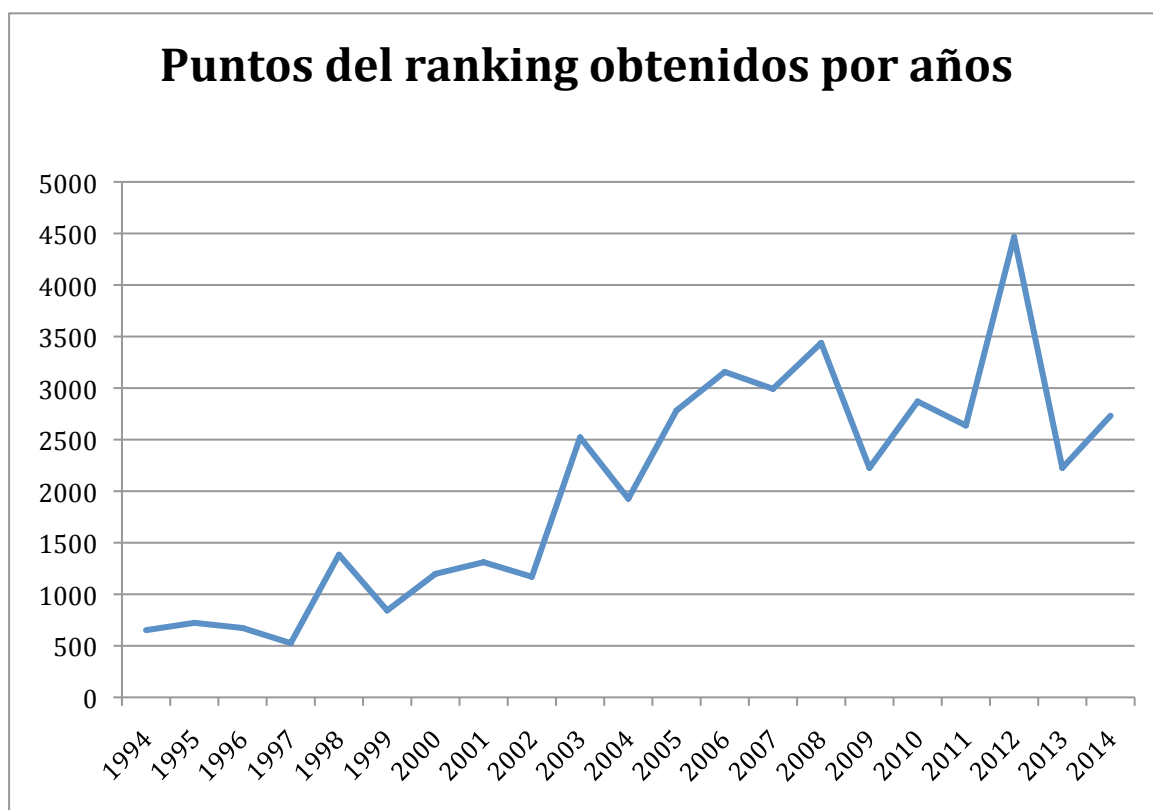
Así el valor de la media de las exposiciones representa la dinámica a la que el artista está sometido por el criterio de asignación de puntos, por lo que un promedio de subida constante podría significar una posición firme en el sistema del arte, intervalos en el perfil, altibajos en sus valoraciones consecutivas y una caída constante una posición decadente y desvalorada, siempre atendiendo al criterio relativo de la asignación de puntos adscrita a una plataforma como *ArtFacts.Net*, con un perfil puramente de consultoría y asesoramiento artístico para inversores financieros.

Tabla 1.5 (Tabla de elaboración propia)

Números de exposiciones realizadas, puntos obtenidos y medias entre ambas. Periodo entre 1994 y 2014.

Año	Exposiciones	Puntos	Media
1994	7	652	91
1995	10	723	98
1996	7	673	96
1997	8	526	65
1998	11	1384	98
1999	9	843	93
2000	13	1198	92
2001	18	1311	72
2002	18	1170	65
2003	21	2522	81
2004	37	1927	71
2005	39	2783	73
2006	55	3157	57
2007	56	2993	53
2008	56	3438	61
2009	48	2226	46
2010	73	2870	39
2011	65	2637	48
2012	74	4465	70
2013	56	2226	49
2014	41	2732	51

(Gráficas de elaboración propia)



(Gráfica de elaboración propia)



Lo más significativo desde nuestra lectura de estas gráficas y **tabla 1.5** es el contraste que acontece entre el número desorbitados de exposiciones organizadas en torno al artista Damien Hirst, sobretodo a partir de 2004 con un número de 37 exposiciones en un solo año, y hasta el vértice de los años de 2011, 2012 y 2013, con un número de exposiciones de 55, 74 y 51 por año consecutivamente, cifras que contrastan con las valoraciones medias decreciente asignadas a tal vastedad de exposiciones. Es decir que mientras que el número de exposiciones organizadas en torno a la figura de Hirst aumentan considerablemente durante el continuado periodo de las dos décadas, sus valoraciones decrecen de un modo aún más considerable.

Por lo que ambas variables; cantidad o número de exposiciones desarrolladas, y la valoración que se la atribuyen a ellas, parecen responder, a una trayectoria inversamente proporcional. Es decir que a medida que fueron aumentando en número, sus exposiciones fueron de una calidad inferior, o al menos, valoradas de un modo mucho menor, con menos puntuación y críticamente inferiores.

Siendo especialmente significativos los últimos años de 2013 y 2014, en relación a su carrera con un número no tan extenso de exposiciones, pues nos referimos a 56 y 41 respectivamente, y a su vez con una valoraciones medias, siempre en relación a su trayectoria, bastante escasas, con una valoración de 49 y 51 respectivamente.

Datos que podrían confirmar signos de la decadencia valorativa del artista, como muchos críticos y expertos del arte se atreven a pronosticar, o quizás no tan drásticamente, un simple descenso cíclico de su trayectoria, similar a los acontecidos durante los años de 2010 y 2011 con valoraciones medias aún mucho inferiores, comprendidas entre los 30 y 50 puntos, aunque bien es cierto que su número de exposiciones por aquellos años superaban los 70 y 60 exposiciones al año respectivamente.

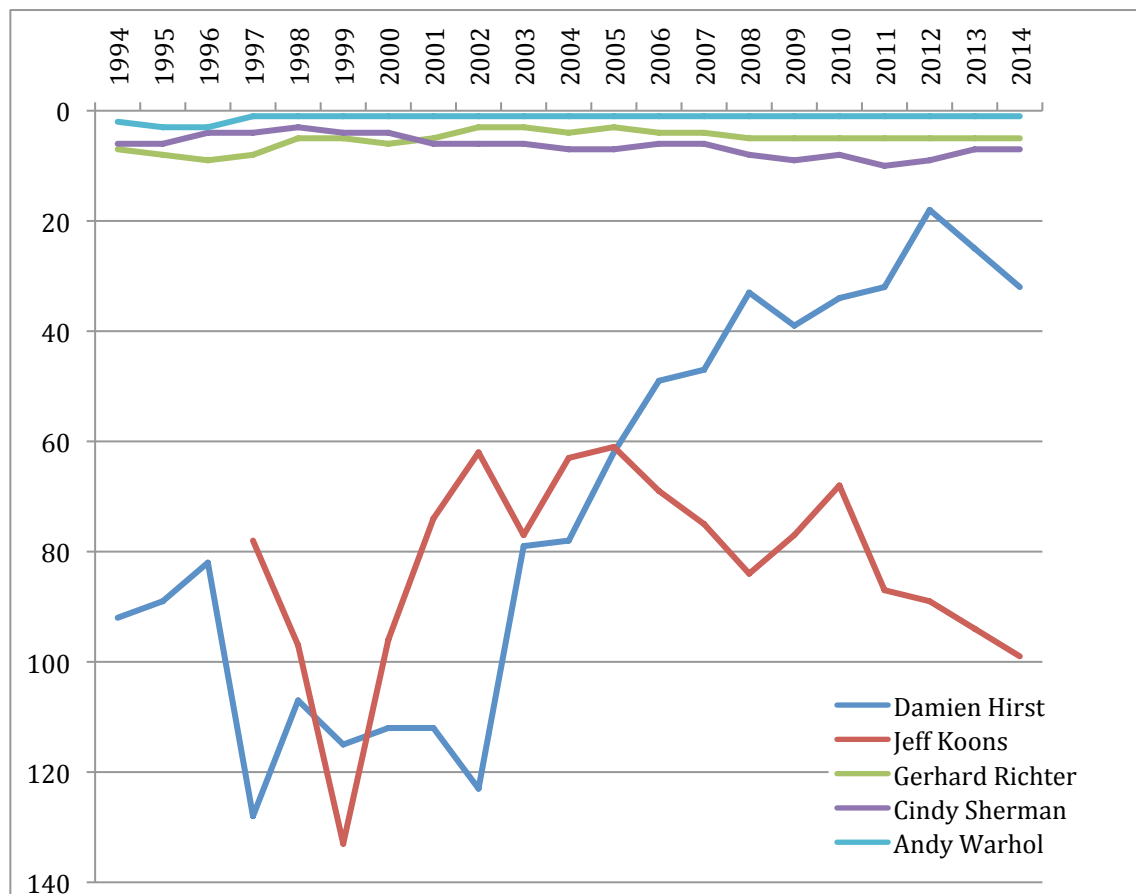
13.6 Análisis comparativo respecto al grupo de pares del artista

En esta **tabla 1.6** gráfico de líneas comparativas se muestran las trayectorias y variaciones de las posiciones en el ranking relativas a un grupo de pares representativos respecto al artista; Damien Hirst. El grupo de pares de referencia se hace de un modo automático, y representa a una serie de artistas que han coincidido exhibiendo su obra de forma conjunta, o colectivamente, en una serie de muestras junto a Damien Hirst. Nos referimos de forma concreta a los siguiente artistas: Jake & Dinos Chapman, Jeff Koons, Gerhard Richter, Cindy Sherman o Andy Warhol.

El gráfico de líneas indica las variaciones porcentuales en curso de las clasificaciones de las posiciones de los artistas relativas al ranking de *ArtFacts.Net*. Así la tabla muestra las clasificaciones absolutas de cada artista por año respecto al grupo de pares. Poniendo de manifiesto las posiciones de clasificación de cada uno de los artistas de modo comparativo. Siendo la primera posición la más cercana a la establecida como valor 0. Por lo que cuanto mejor es la valoración y el rango de posicionamiento del artista dentro del sistema del arte, menor es su posición en el sistema numérico de la tabla.

Así pues la posición ocupada por estos, será representada en el plano vertical Y, siendo las puntuaciones mejores cuanto menor en su posición numérica siendo. Mientras que la variable tiempo, expresada en años consecutivos se mostrará en el plano horizontal X. Así será determinado en el último año comprendido en el presente estudio, el año de 2014, como la posición 1º como la mejor posición potencialmente ocupable, frente a la posición 99.992º como la peor de las categorías posibles dentro de dicha tabla clasificatoria.

Análisis comparativo de posición en el ranking:



(Gráfica de elaboración propia)

Resulta muy significativo de esta gráfica la trayectoria comparada de Hirst respecto a la trayectoria de artistas con la que es frecuentemente comparado, nos referimos por un lado a la figura referencial de Andy Warhol, y por otro, al artista contemporáneo; Jeff Koons. Frente a la estabilidad de Warhol el cual parece moverse siempre entre los 5 primeros puestos del ranking valorativo, ocupando incluso el primer lugar durante repetidos años consecutivos desde finales de los años noventa, nos encontramos el gran ascenso en el ranking de Koons el cual pasa a ocupar una serie de posiciones en torno al 60 y el 100 desde el año de 1997 viniendo de una posición tan lejana y poco reconocida como la 200 anteriormente, incluso prácticamente la 300, durante los años del 1994 al 1997. Así pues Hirst, ocupando de media una serie de posiciones entre la 50 y la 80, se mantiene respecto a estas dos trayectorias referenciales siempre muy por debajo de Warhol, pero mucho más creciente y estable que la trayectoria de Koons en las últimas décadas.

14. ¿En qué se justifica su precipitada caída?

Tal y como proclama toda ley sobre especulación financiera, toda tendencia creciente exponencial, alcanza un estancamiento llanura, para dar paso a un declive, temporal o no, de dicha tendencia. La cuestión en este caso, sería cuales fueron los detonantes que pujaron hacia la inversión de dicha tendencia y cuales fueron los motivos que los promovieron.

Tal y como apunta Stallabrass, a principios de la década del nuevo siglo XXI, Charles Saatchi se encontró con unos duros competidores y opositores Matthew Higgs⁸⁵ y la Tate Britain, los cuales “impulsaron una caprichosa línea postconceptual, que a menudo rozaba el humor descarado” (Stallabrass, 2010: 227). Durante esos años de finales de los noventa e inicios del dos mil, la Tate parecía absolutamente determinada a demostrar, dentro y fuera de sus fronteras, que en el arte británico del momento, había otras muchas propuestas artísticas, más allá de los YBA.

Será en el verano de 2000, cuando la Tate Britain emprendió una programada estrategia, para contrarrestar frontalmente la tendencia que Charles Saatchi estaba intentando imponer en la esfera del arte británico, para lo cual, desarrolló una exposición, cuyo único título consistía en una sola, significativa y contundente palabra *Intelligence*. Aquella palabra llena de connotaciones daba la impresión, de contrarrestar simbólicamente, a otra famosa exposición que tuvo también una sola palabra por título, *Sensation*.

⁸⁵ Matthew Higgs, 1964. Comisario, escritor y artista conceptual inglés. Estudió Bellas Artes en la Politécnica de Newcastle. Fuertemente influenciado por la tradición teórica textual basada en el arte conceptual, que dependía fuertemente en las fuentes literarias, tratamiento de textos como *ready-mades* para crear lo que él describe como “*arte conceptual encontrado*”. En la década de los noventa, Higgs se convirtió en un importante promotor del arte británico contemporáneo, a través de su trabajo como crítico y como director de la Galería de Gabinete en Londres, así como Director de Exposiciones Asociado en el ICA de Londres. También fue uno de los tres miembros del equipo de comisarios responsables de la selección de obras para el evento; *The British Art Show 5* en 2000, el cual supuso una de las losas lapidarias más contundentes sobre el colectivo de los YBA, especialmente por la escasísima selección de obras de artistas pertenecientes a dicho colectivo.

Como detalla Stallabrass, en el catálogo de la exposición; *Intelligence*, sus comisarios, “Virginia Button y Charles Esche⁸⁶, escribieron acerca de cómo los artistas podían hacer que sus públicos pensaran, llegando a sugerir propuestas obras que podrían generar obras que tuvieran cierta resonancia social o incluso política” (Stallabrass, 2010: 227). Con estos valores no solo pretendían colisionar frontalmente con los principios formales de Sensation y los YBA, donde la importancia del fuerte impacto sensorial de las propuestas artísticas, prevalecía más allá de interpretar en algún modo sus significantes, sino que en la misma maniobra, desmontaban los argumentos descarnados del YBA sobre lo inoportuno e inutilidad del arte como herramienta, para involucrarse en los aspectos más políticos y sociales .

Por otro lado otro factor influyente en el declive del colectivo, tuvo que ver directamente con el controvertido premio Turner, pues en el año dos mil, las normas de nominación para optar por el premio cambiaron esencialmente. Previamente, suponía un requisito fundamental que los artistas aspirantes hubieran nacido en Gran Bretaña, pero bajo este nuevo reglamento, solamente era necesario que los artistas trabajasen dentro del país. Como consecuencia, las nominaciones del año dos mil, solamente incluyeron a un artista nacido en Gran Bretaña. Del mismo modo, la inmediata muestra posterior del *British Art Show* del año 2005, adoptó esta misma política. Por lo que el concepto del *arte británico*, comenzó a tomar una perspectiva mucho más global dejando fuera de su abanico de relevante importancia, a numerosos artistas locales de dentro y fuera del YBA. En esta misma línea, Stallabrass apunta, como causa de la decadencia del YBA fue “el creciente cosmopolitismo del mundo del arte británico” (Stallabrass, 2010: 228).

⁸⁶ Charles Esche, nacido en 1962 en Inglaterra, es comisario y escritor. Actualmente vive y trabaja entre Edimburgo, São Paulo y Eindhoven. Desde 2004, ha sido director del *Van Abbemuseum, Eindhoven*, en los Países Bajos. En 2012, fundó junto con otros 6 museos europeos la *confederación L'Internacional* que tiene como objetivo establecer una institución de arte moderno y contemporáneo de Europa en 2017. Su trabajo principal ha consistido en analizar la constitución de las instituciones de arte, más concretamente, el Museo, aunque también las cualidades del Centro de arte o las grandes Bienales. Sus escritos sobre la política institucional son referentes muy útiles para repensar la relación entre el arte y el cambio social.

Resulta preciso señalar, que fue una de las primeras tendencias contemporáneas que consiguió alcanzar la atención de un público mucho más amplio, desde clases medias y trabajadoras a clases altas formadas con enseñanzas superiores. Tal y como sostiene Stallabrass, el fenómeno de los YBA “asistió a la transformación de la clase media y a la introducción de las leyes del libre mercado en el museo, e inició un periodo bastante largo de adaptación y ajuste en las instituciones y la mente del público antes de que éste pudiera despacharla” (Stallabrass, 2010: 235). En cambio, la justificación del auge del YBA, y su permanencia en esa cima de records, la podemos encontrar, en buena parte, en el ímpetu del shock, el asequible atractivo visual para todas las audiencias y la peculiaridad de la escena grupal, unidas al hecho fundamental de que casi por vez primera, estas propuestas de arte contemporáneo, circularan en numerosos medios de comunicación de masas, haciendo de las obras y sus autores, una suerte de celebridades atractivas para muchos públicos.

Como desenlace creemos que se puede afirmar, que si el YBA ciertamente no fue el único factor responsable del significativo aumento de la popularidad del arte contemporáneo en Gran Bretaña, y en buena parte de Europa, sí que supo explotarlo, con un ingenio oportuno, sacándole un gran rédito y provecho particular al fenómeno mismo.

Capítulo IV: Resultados y conclusiones finales del estudio.

1. Desarrollo de resultados obtenidos tras la aplicación del esquema de Bowness sobre el estudio de caso de los YBA.

En la siguiente sección expondremos los resultados extraídos tras la puesta a prueba de la teoría desarrollada por Allan Bowness sobre los *Círculos de Reconocimiento* del artista, aplicándola en el estudio de caso del fenómeno artístico de los YBA. El principio de dinámica que aplicamos consistirá en la valoración de cada círculo, agente o instancia como elemento legitimador relevante en la trayectoria de los YBA, como colectivo, y en específico, del más relevante de estos jóvenes talentos, el afamado y descalificado, Damien Hirst.

1.1 Círculo primero: *el círculo de pares.*

Según Alan Bowness, el primero de los círculos estaría compuesto, por el reconocimiento de los pares, sus iguales, aquellos artistas coetáneos que acompañaron la trayectoria artística profesional de Hirst. En este caso, consideraremos al resto de los integrantes más conocidos y prolíficos del YBA como los referentes a los que remitirnos como “pares” de Hirst.

En concreto hablaremos entonces de los artistas, Tracy Emin, los hermanos Chapman, Sarah Lucas, Gary Hume, Glenn Brown, Abigail Lane y Matt Collishaw. La conformación de este colectivo de artistas, dentro de la etiqueta YBA, resulta de vital importancia para sus integrantes, sobretudo al inicio de su proceso de legitimación, pues en los primeros años noventa, resultaba algo anómalo encontrar agrupaciones de creadores bajo un mismo paraguas, ya fuese formal, estético o generacional. Este tipo de asociaciones grupales se presentó para los YBA como un detonante clave, a la hora de ser considerados como un factor relevante a tener en cuenta por el sistema del arte, ya se tratase para comprar y vender su obra o para tratar de desmontar su aparataje de etiqueta comercial. Como ya mencionamos, esta etiqueta de YBA, será empleada por primera vez en un catálogo publicado por el *British Council* para la Bienal de Venecia de 1995.

A pesar del éxito mediático y comercial del término que define al colectivo, el cual les favoreció durante alrededor de una década, esta etiqueta nominativa de YBA (*Young British Artists*), se trató de un término excesivamente impreciso. De los tres términos: *jóvenes*, *artistas* y *británicos*, dos de ellos no eran del todo ciertos, o al menos, parcialmente inexactos. Por un lado, aunque en su mayoría, residían, o simplemente trabajaban, en la capital londinense, no todos eran británicos, y por otro, a pesar de que cuando el fenómeno YBA comenzó a fraguarse, la mayoría de sus miembros, se encontraban en una franja de edad comprendida entre los veinte y treinta años, tras algo más de una década de rendimiento de la etiqueta YBA, algunos rondaban ya más cerca de los cuarenta años que del cliché de jóvenes rebeldes, que se transmitía desde los medios. Del mismo modo, es necesario subrayar nuevamente, que nunca existió ningún manifiesto o programa común entre los distintos miembros de la YBA. Ni siquiera una enunciación de principios u objetivos declarados, ya que no existía una elección precisa de los propios miembros que configuraban el grupo en si mismo y tampoco existió un estilo plástico distintivo que fuera compartido por los mismos.

Quizás, como afirman muchos críticos o escépticos del grupo YBA, esta nominación, no fue más que otra invención mediática publicitaria, un logotipo reduccionista muy útil y versátil elucubrado por Charles Saatchi, bajo el cual poder promocionar aunando las propuestas, a un grupo de artistas con una producción y un estilo bien heterogéneos. Muchos de estos artistas fueron compañeros de formación académica, durante la década de los ochenta, en los cursos de estudio del prestigioso *Goldsmiths College* de la Universidad de Bellas Artes de Londres. Como apunta Martín, en dicha escuela “sus enseñanzas se caracterizaban por un alto grado de realismo y un especial énfasis en la necesidad de profesionalización” (Martín, 2007: 34). Un factor, que del mismo modo, tendría una consecuencias directas sobre los futuros creadores YBA, los cuales, desde una edad bien temprana, supieron enfocar sus carreras y propuestas al mundo del mercado del arte, de las galerías y los coleccionistas privados.

Un paso crucial en la trayectoria hacia la legitimación de estos artistas se dio, cuando algunos de estos alumnos del Goldsmiths, entre los que por supuesto se encontraba Damien Hirst, comenzaron, siguiendo la pujante tendencia del momento en Inglaterra, a organizar exposiciones autocomisariadas por ellos mismos, en espacios no destinados al arte, o directamente abandonados. Este supondrá uno de los importantes pasos como amalgama del colectivo, que definirá al colectivo en lo sucesivo. Más que un reconocimiento o una legitimidad concedida entre ellos mismos, la formación e integración del colectivo de artistas pares, tiene una validez de cara al mundo exterior al grupo, pues funciona como una suerte de modelo que define su clasificación global. Incluso podría decirse que viene a ser descrito más, como una tarjeta de presentación de cara al gran público, que como Bowness describe en su discurso, sobre la pertinencia de un apoyo mutuo entre artistas pujantes para poder reafirmar sus posiciones.

Tal y como este lo describe, el colectivo vendría a representar el modo aventurarse de una forma conjunta en la experimentación sobre una determinada temática, modalidad o estética innovadora, encontrando en la comunidad de iguales, el reconocimiento, el apoyo y la fuerza moral necesarias, para poder avanzar en este intento transformador del arte.

Frente a esta aproximación que Bowness describe en su discurso, será bien distinto para los artistas del YBA. Pues para ellos, más que una gran ruptura con la realidad vigente de su momento, lo que anhelan con su unión es poder ser partícipes de la misma, ser visibles a los ojos del sistema del arte, ascender en su proceso de legitimación y reconocimiento para poder aspirar a la consecución de sus objetivos personales. El reconocimiento social, o más bien, la apreciación por parte de los agentes del mercado del arte, tenían ya en sus inicios, la urgencia de quienes anhelan el auxilio por parte de instancias jerárquicamente superiores, para ser rescatados de un espacio en proceso de deterioro.

Frente a la visión perfilada por Alan Bowness, sobre la conformación de grupos generacionales, con el fin de configurar comunidades de iguales en los que apoyar unos primeros pasos en pos de una meta transformadora, más o menos conjunta, para los protagonistas del YBA, el apoyo de sus pares era preciso, para poder ejercer un peso mayor como identidad generacional, propia de un lugar y de un momento dado, Inglaterra de los noventa y así marchar inicialmente de forma conjunta, impulsados desde organismos, públicos y privados, interesados en promover dicho fenómeno, por sus repercusiones sociales, especialmente, más que por cualquier contenido renovador en el terreno de la cultura o el arte.

La eficacia de estos lazos identitarios, que en un principio ligaban a los miembros del YBA, se manifestó clara en su presentación en sociedad ya en 1988, durante la mítica exposición, ya analizada en profundidad anteriormente; *Freeze*. Pues lo que sin duda demostró dicha exposición, fue el potencial interés que podían suscitar dichos artistas, trabajando de forma conjunta y exponiendo su obra como si de un colectivo cohesionado se tratase, aunque realmente, no existieran numerosos puntos de unión en lo referente a estilo o modalidades comunes. Más allá de la enorme capacidad que demostraron los YBA desde sus inicios para convertirse en una potente maquinaria de promoción, no compartían demasiado otros rasgos, visiones u objetivos como colectivo. Esta sorprendente capacidad de los tempranos YBA, para la autopromoción de sus obras y figuras, era una habilidad nada desdeñable en un mundo tan complejo como el del arte. Inmediatamente, tras el éxito de la ya citada exposición *Freeze*, y la exposición de final de curso de la escuela *Goldsmiths College*, de la que la gran mayoría eran alumnos, se produjeron los primeros contactos fuera del *círculo de los pares*, para saltar directamente hacia el *círculo tercero*: el mercado. Mucho antes que ningún experto, historiador o crítico de arte, con cierto prestigio o legitimidad, diera su respaldo a las peculiares propuestas que presentaban los YBA, sus primeros contratos con galerías de cierto nombre, no se hicieron esperar. Esta supone, una de las más prominentes características del YBA, su capacidad, no demasiado vista hasta entonces, para superar el filtrado o legitimación por parte del círculo de expertos, y saltar directamente al espacio del mercado, donde sus obras se valoraban y demandaban, desde bien pronto, tras su aparición en escena.

Tal y como señala Stallabrass, este periodo “entre 1989 y 1995 fue el momento en que los YBA, tuvieron que valerse de los diferentes recursos disponibles, en buena parte muy distintos de los habituales y en el que se iniciaron a forjar sus características particulares” (Stallabrass, 2010: 16). En cuanto a la conformación de los aspectos formales, que pudieron definir una personalidad identitaria del colectivo YBA, resulta fundamental señalar, la importancia de la influencia que Charles Saatchi, ejerció sobre el panorama artístico británico del momento. Será desde su primera galería en *Saint John's Wood*, donde se mostrarán propuestas artísticas provenientes de los Estados Unidos, muy rompedoras con la idea del arte que existía en aquellos turbulentos años en Inglaterra.

Incluso la misma concepción de la primera muestra de los YBA: *Freeze*, estuvo muy influida por otra anterior, expuesta en la Galería Saatchi: el *New York Art show*, la cual había impresionado de sobremanera a Hirst y sus compañeros. En esta exposición, se podían admirar propuestas de los afamados Joseph Koons, Gober y Bickerton entre otros. Este tipo de arte y modo expositivo, muy nuevo, respecto al criterio dominante en la esfera del arte de la Inglaterra del momento, pudo suponer uno de los factores desencadenantes de la autonomía plástica y referente formal, para el aún inexperto Damien Hirst.

De aquella muestra, Hirst utilizará también tácticas de *shock*, vistas por vez primera en la galería Saatchi, aunque a su vez, este tipo de modo artístico sea proveniente de las vanguardias históricas y haya sido empleado en varios tendencias posteriores, tales como los movimientos contraculturales del *punk* de los setenta y ochenta. Según Julian Stallabrass, “estas impactantes exposiciones dejarían una profunda huella en la nueva generación” (Stallabrass, 2010: 18) por lo que sus motivos, modos y formas, crearon un remanente sobre el que se fundamentarán la propuestas formales de la futura joven promoción británica. Una relevante y evidente conclusión que podemos extraer, a partir del análisis del círculo de los pares de Bowness aplicado a los jóvenes artistas británicos, es que la acción de los primeros galerista-marchantes, así como la de los primeros coleccionistas, durante esta primera fase de definición e identificación, marcarán a fuego las carreras de dichos artistas.

Resultando mucho más efectivas, pujantes y promocionales las maniobras propias del *tercer círculo del mercado*, en pos de encumbrar a sus artistas hacia una legitimidad global, que las acciones de los críticos, propios del *segundo círculo de expertos*, que con sus escritos atacaban o defendían las propuestas de los tempranos YBA, con mayor o menor acierto, pero con una manifiesta escasa relevancia o impacto en el sistema del arte. La acción de los sujetos que componen este primer núcleo del esquema de Bowness, es bien diferente tanto en su naturaleza, como en sus prácticas, a las que observaremos en los siguientes círculos del trazado. Pues, más allá del caso de los YBA, los pares de artistas, no suelen ser simplemente una comunidad de creadores que defienden unos intereses comunes, sino que suelen configurarse como sistemas complejos, con sus propias leyes autónomas.

Lo que encontraremos en cambio, tras este paso de grado inicial, serán una serie de agentes que se mueven por intereses principalmente financieros, en un mercado compuesto por unos primeros coleccionistas, los cuales transformarán este medio en un mercado mucho más amplio y anónimo. Así mismo, una serie de expertos, críticos e historiadores de arte, que desarrollarán una literatura en defensa o ataque al grupo que se presenta como nueva tendencia rupturista.

Estas primeras reacciones más genéricas, serán reemplazadas por un tipo de literatura mayormente especializada, objetiva y clasificadora de los expertos e historiadores del arte. Acciones que irán seguidas, o más bien acompañadas en paralelo, por una secuencia de exposiciones en serie sobre el grupo, de una naturaleza menor y fresca, las cuales darán el pase de entrada a la gran acción legitimadora de los museos, con sus exposiciones individuales o retrospectivas.

Finalmente será el público, que inicialmente estaba conformado mayoritariamente por expertos, agentes involucrados y los propios sujetos intermediarios, el que se transforme, ampliándose a una escala y un espacio global para valorar, interactuar y ponderar, la legitimidad otorgada a las propuestas de este grupo o individuos creadores.

En cualquier caso, parece que podemos extraer otra importante conclusión al respecto, pues en esta primera fase lo realmente trascendente, residía en la visibilidad tanto de la obra, como casi más aún, del artista, estar interconectado con el resto de creadores coetáneos, ser reconocido como tal y resultar integrado dentro del colectivo o movimiento. En esta primera etapa del proceso descrito por Bowness, el grupo se presentará así mismo, como un núcleo compacto y pujante, aunque contenga en su interior un múltiple y heterogéneo número de miembros. Sujetos, que con el transcurrir del tiempo y la adquisición de carga legitimadora sobre su obra y carrera, irán variando sus posturas para posteriormente, cada uno de ellos ir distinguiéndose de una forma individual.

Es así, que cuando se realizaron las últimas exposiciones de los YBA, el grupo como tal, ya estaba en la práctica, completamente disuelto, y aunque no se trataba explícitamente de riñas, desacuerdos o tensiones internas entre ellos, este soporte que suponía el grupo de la comunidad de pares, para muchos de ellos, especialmente Hirst, ya no era para nada necesario, ni siquiera pertinente, para sus propósitos de escalada en la celebridad artística.

Las operaciones internacionales de coleccionistas, galeristas y marchantes que comenzaban a ocuparse de la compra-venta de las obras de los YBA, ensombrecía con creces a la necesidad de desarrollo de una identidad o de un reconocimiento que sustentase su propuestas artísticas. Ese importante primer paso, ya había sido dado y ahora era preciso, saber estar a la altura de las siguientes circunstancias que estaban por acontecer.

1.2 Círculo segundo: *el círculo de los expertos.*

Según Bowness en este segundo estadio, la influencia decisiva que pueden llegar a ejercer los especialistas del arte, críticos e historiadores del arte significativos, autores de monografías de relevancia, directores de museos o comisarios de exposiciones, en el proceso de legitimación de un artista, es una clave fundamental. A su juicio, representan un criterio en cierto modo, consensuado e institucional, la resolución que puede llevar a un aspirante a una potencial entrada en la historia.

En la propuesta original de los cuatro círculos de reconocimiento, Alan Bowness esboza, que en esta segunda fase, son los críticos y especialistas del arte, son los que se adelantan al mercado, a la hora de reconocer y legitimar las propuestas innovadoras de su tiempo. Sin embargo, como hemos ido viendo a lo largo del estudio, ya desde los inicios del siglo XX, e incluso algo antes, serán los críticos y los coleccionistas, los que actúen al unísono de marchantes, galeristas y coleccionistas a la hora de identificar esas tendencias o figuras representativas.

Llegando hasta el caso de los YBA, que supone nuestro paradigmático objeto de estudio, en el que se da, una inversión absoluta en el orden de acción, siendo una propuesta artística que tiene como rasgo distintivo su enfoque, organización y empeño, en torno a conquistar la atención del mercado primero, para más adelante entrar en contacto, casi por azar, con la esfera de los especialistas.

De aquí se podría extraer otra relevante conclusión del estudio en lo referente a la trayectoria de los YBA y la puesta a prueba del modelo de Bowness: existe una clara transformación, de hecho, en el momento, en el orden y en la importancia de la acción de estos núcleos legitimadores, donde el círculo de los expertos, pasa a ser relegado a una menor escala, en cuanto a su importancia a la hora de posicionar en el mapa internacional, las propuestas artísticas de los nuevos creadores. Uno de los pasos cruciales de los futuros YBA, en esta línea, se dará, cuando algunos de estos, todavía alumnos del *Goldsmiths Collage*, deciden organizar una serie de exposiciones autocomisariadas por ellos mismos, en edificios abandonados para usos industriales.

Como sabemos, estas exposiciones tuvieron un formidable éxito mediático, principalmente debido a su carácter tremendamente efectista, a la hora de exhibir obras impactantes a un público expectante de novedad y espectáculo.

A pesar de que este tipo de exposiciones autogestionadas y fuera de circuito, realmente no supusiesen una gran novedad rupturista, pues como hemos visto, no solo era una pujante tendencia del momento por necesidades socioeconómicas, sino que existían ya, numerosos casos previos con un formato muy parecido al planteado por los YBA, será la primera de ellas, *Freeze*, por sus pretensiones, organización y estilo, la que supondrá un primer punto de encuentro relevante de sus miembros y como tal, en la construcción del grupo representará el momento crucial de génesis de la identidad del colectivo.

Como hemos visto a lo largo del estudio de caso, en el escenario histórico de los YBA, las críticas, reflexiones y análisis, la literatura especializada y la presencia en los museos, en forma de exposiciones colectivas o retrospectivas individuales, hicieron su aparición solamente, cuando ya los precios estaban batiendo récords de ventas, experimentando una evolución astronómica respecto a sus ventas iniciales en el mercado primario.

Esta circunstancia de cambios, en el orden y en la importancia de las instancias de legitimación, que se hacen manifiestos en la trayectoria de los YBA, a priori, puede no resultarnos demasiado llamativo o relevante, pero nada más lejos de la realidad, pues este hecho, supone un factor muy importante a la hora de estudiar los cambios de paradigma en el arte contemporáneo. Los artistas del YBA, en una situación de aislamiento casi total de especialistas y expertos del arte, ya fuese intencionada o justificada, se autodenominaron ellos mismos artistas y comisarios al mismo tiempo. Los YBA vendrían a representar en esta nueva esfera del arte, una suerte de figuras curiosamente híbridas. Más allá de su verdadera, o no, innovación propositiva como colectivo artístico, la imprevista aparición, de este curioso modelo de agente híbrido, entre artistas y comisarios de sus propias obras, supuso una verdadera convulsión para el sistema del arte del momento.

Este factor supondrá un hecho especialmente significativo para las figuras de los propios comisarios, críticos y expertos en particular, pues desestabilizará en adelante, el equilibrio de roles y poderes en el sistema del arte, una consecuencia muy significativa, que llegará a suponer un golpe del sistema tal, que todavía hoy, más de veinticinco años más tarde, sigue siendo intensamente discutido. Esta particular función como comisarios artísticos, parece surgir en parte, por el ávido interés de estos, por hacerse con la potestad legitimadora que residía en manos de un reducido grupo de especialistas académicos y cargos oficiales, que parecían ostentar el privilegio en exclusiva, sobre esa capacidad. Este fenómeno de cambio en la influencia ejercida por el círculo de los expertos, que terminará por imponerse a finales del siglo XX, surgió principalmente por poderosas motivaciones financieras en el mercado del arte.

Este nuevo modelo de gestión y promoción del arte, otorgaba un dinamismo muchísimo mayor al estancado circuito del mercado. Las capacidades intelectuales, el conocimiento especializado en la materia artística y el manejo de la teoría y la historia artística, pasarán a ser un requisito menor a la hora de ejercer las funciones como curador o comisario expositivo, las cuales ocuparan un grado de valor secundario, respecto a la capacidad promocional del sujeto, su manejo de agendas y contactos, el poder de convocatoria en medios, sus conocimientos o intuición para el marketing, el *networking* que le acompañe o incluso su propia imagen e identidad mediática.

En lo que respecta a las manifestaciones del círculo de expertos, en concreto a través de la crítica realizada, en su mismo momento de aparición, en paralelo al descubrimiento por sus primeros grandes coleccionistas y galeristas, cabe destacar las afirmaciones de Matthew Collings, el cual representa alguna de las opiniones discordantes más reacias del momento. Este declaró en su día, respecto de las obras que vio en la citada exposición, *Freeze*, que le pareció “local y falto de interés, y quizás no hubiera existido sin la actividad previa de la Saatchi Gallery” (Martín, 2007: 33), pues para el crítico Matthew Collings resultaba más que evidente la estrecha similitud temática y formal entre ambas líneas propositivas.

Aunque esta visión de Collings pueda resultar bastante plausible y sensata para un juicio desde la actualidad, también resulta ingenuo o incoherente, negar que dicha exposición de 1988, tendrá una repercusión decisiva, por suerte o por desgracia, en la perspectiva de arte británico del momento. Por el contrario y en la cara opuesta, nos encontramos con que pueden llegar a ser excesivas las declaraciones del crítico del diario *The Guardian*, Jonathan Jones⁸⁷, el cual escribió, que dicha exposición de *Freeze* “ocupaba un lugar en la leyenda del mundo del arte, equivalente a la pintura de Picasso de *Les Femmes d’Alger* o *El Cabaret Dada* en el Zurich de la Primera Guerra Mundial” (Martín, 2007: 33). Más allá de grandes especulaciones sobre el impacto que pudo suponer o no en la historia del arte, lo que no cabe duda es que supuso un referente para la escena del arte del momento, la cual se vio inspirada o empujada, a realizar algunos profundos cambios en sus modos de actuar, sobretodo en lo referente a dinámicas de mercado, y cómo estas pueden repercutir bloqueando cualquier acción posible por parte de la crítica experta.

Es necesario apuntar que el pujante éxito del *Young British Art*, atrajo positivamente a ciertos críticos, algunos como señala Stallabrass, simplemente buscaban “celebrarlo y montarse en el carro del éxito mientras le dure la popularidad, otros, pretenden explicarlo y unos pocos buscan darle a esta tendencia extremadamente popular una base teórica rigurosa, no solo explicarla sino guiarla.” (Stallabrass, 2010: 96).

⁸⁷ Jonathan Jones es un crítico de arte Inglés que ha colaborado en numerosas ocasiones para el diario; *The Guardian* desde el año 1999. Realizando apariciones en la serie de televisión de la BBC; *Private Life of a Masterpiece* (la vida privada de una obra maestra). Significativamente en la edición de 2009 fue parte de los miembros del jurado para el polémico *Premio Turner*. También ha sido jurado para los premios de arte, *BP Portrait Award*. Jones es bastante conocido por su peculiar estilo periodístico muy provocador, aunque igualmente a menudo contradictorio.

En 2011 en su crítica sobre la exposición del artista, Mark Leckey en la *Serpentine Gallery*, la describió como una “serie de compuestos y sandeces torpes”. Esta crítica atrajo una gran hostilidad por parte de los lectores, los cuales obligaron a Jones a defender su postura una y otra vez desde la sección de comentarios de los lectores del diario *The Guardian*. En ella, Jones llegó a afirmar que incluso “las malas críticas pueden ser una buena diversión morbosa para leer” y agregó “que considera que el noventa y cinco por ciento del arte contemporáneo británico que es promovido por galerías privadas, museos y medios de comunicación no tiene ningún valor en absoluto” (*The Guardian*, Jonathan Jones: 23 Mayo 2011).

Así numerosos periodistas del arte y críticos culturales como Sara Kent⁸⁸, tan afamada como discutida desde sectores de la crítica más severos, provenientes de grandes publicaciones londinenses de gran tirada como la revista y agenda cultural *Time Out*⁸⁹, tratan de cimentar, la mitología personal de Hirst y del resto de los componentes del YBA, como los Chapman o Emin. Estos determinan, que las fuentes de inspiración de Hirst, las deberíamos buscar en los recuerdos de su infancia, llegando incluso a afirmar que este aún “conserva una mirada puramente infantil con la que contempla maravillado lo absurdo del mundo de los adultos” (Kent, 1994: 35-36).

⁸⁸ Sarah Kent, nacida en Inglaterra en 1947, ejerce como crítico de arte. Ex editora de arte del semanario londinense: *Time Out*. Ella fue uno de los primeros críticos en apoyar a los YBA en general, y a la figura de Tracey Emin en particular, ayudándola a conseguir una temprana promoción de su obra y carrera. Lo que dio lugar a reacciones muy polarizadas. Ella adoptaría una posicionamiento abiertamente feminista, declarándose como la “portavoz de las mujeres artistas de un país que es esencialmente hostil al arte contemporáneo”. Kent se convirtió en editor de arte del *Time Out*, para el que previamente escribía críticas artísticas. En la actualidad es una figura muy conocida en las artes de la ciudad de Londres, y ha aparecido en numerosas programas de radio y televisión. Ella también trabaja como *freelance* independiente como editora y crítica, y ha desarrollado varios ensayos, textos para catálogos y libros para la galería *Saatchi Gallery* y *White Cube*. De hecho ella fue la editora de la polémica publicación; *Shark-Infested Waters: The Saatchi Collection of British Art in the 90's* (Zwemmer, 1994).

Destacando por ser de las primeras fervientes defensoras de los *Jóvenes Artistas Británicos* (YBA), Kent y Matthew Collings han sido descritos como los padres del gran proceso de popularización del arte, así como de la explosión del arte contemporáneo como fenómeno de cultura de moda de la década de los 90 en Londres. Su conexión con los YBA atrajo inevitablemente una crítica similar a la que se dirigió contra los mismos artistas del movimiento, pues se la criticaba que la línea que dividía su teoría sería de la industria del entretenimiento era bien borrosa. Otra crítica recurrida era que al trabajar como *freelance* independiente para instituciones, tales como *White Cube* y la *Galería Saatchi*, cuyas exposiciones también destacaba en la publicación *Time Out*, Kent estaría incurriendo en un claro conflicto de intereses. En el año de 1992, fue miembro del jurado de elección del *Premio Turner* presidido por Sir Nicholas Serota. Los otros miembros del jurado fueron Marie Claude Beaud, Directora de la Fundación *Cartier pour l'art contemporain* de París, Robert Hopper, director del *Henry Moore Sculpture Trust*, y Howard Karshan. El ganador del certamen ese año será, Grenville Davey, y los otros nominados, David Tremlett, Alison Wilding y significativamente, Damien Hirst, el cual lo ganará tan solo tres años más tarde.

⁸⁹ *Time Out* es una revista publicada por *Time Out Digital Ltd*. Creada en 1968, la publicación londinense ha ampliado sus publicaciones en 107 ciudades repartidas por todo el mundo, así como en 39 distintos países. Con una audiencia mensual de 40 millones de lectores a través de plataformas de distribución de contenidos incluidas las aplicaciones para móviles, la página web, la revista impresa y una serie de eventos anuales. En 2012, la revista se convirtió en una publicación gratuita con un número de lectores semanal de más de 307.000. Además de imprimir, el *Time Out London website* tiene siete millones de usuarios únicos y un millón de páginas vistas por día. *Time Out* comenzó como una revista creada en 1968 por Tony Elliott quien con escaso presupuesto publicó el primer número con el formato de un folleto de una sola hoja. La revista fue inicialmente una publicación de *contra-cultura*, que tenía una postura combativa e inconformista en cuestiones como igualdad racial, género o acoso policial.

Por otra lado, la obra de Dave Beech y John Roberts⁹⁰ trató de explicar y dotar de un contexto coherente a las obras propuestas por los YBA. Sin embargo, tal y como señala Stallabrass, “el valor del sintético relato de Beech y Roberts se vio socavado por una especial tensión entre los escritos en los que exponían sus ideas teóricas y aquellos en los que defendían directamente el *high art lite* (...) Es sorprendente constatar que Roberts, sobre todo, ha intentado convertirse en el líder teórico de una tendencia que ha huido precisamente del tipo de teoría respetable, autoritaria y «políticamente correcta» que el autor desarrolló a lo largo de los años ochenta y principios de los noventa” (Stallabrass, 2010: 97-99). Lo más significativo es que estos cambios, tanto a nivel formal, como en lo referente a la crítica y la producción artística, comenzaran a fraguarse en plena recesión económica. Será entonces cuando los primeros integrantes de la YBA, con Damien Hirst a la cabeza, hicieron algo que en aquel momento no estaba realizando nadie, organizar, financiar, gestionar y publicitar su propia obra, de forma completamente autónoma.

Esta iniciativa, emprendida principalmente por la figura de Damien Hirst, supuso un giro crucial en la forma de entender el mundo del arte. Muestra de esta nueva y paradigmática manera irreverente y desafiante, será la posterior y todavía más exitosa muestra. inaugurada en Londres en Septiembre de 1997: *Sensation. Young British artists from the Saatchi collection*. Aunque esta vez, será el propio Charles Saatchi, publicista-coleccionista-comisario-galerista, el que ejerza estas funciones como figura híbrida de la nueva realidad del arte. En esta ocasión es la figura de Saatchi la que viene a sustituir la capacidad legitimadora del segundo círculo.

Esta exposición, integrada por nueve de los dieciséis artistas originales de la mítica muestra *Freeze*, no será concebida y gestionada desde las instituciones oficiales del arte, sino como sabemos, desde el despacho privado de Saatchi en su galería en el Londres más acomodado y pudiente.

⁹⁰ Beech y Roberts han elaborado sus ideas en distintos artículos publicados en *Everything, third Text* y *Art Monthly*, así como en un extenso texto teórico que escribieron juntos para *New Left Review*.

Aunque paradójica y significativamente, esta exposición no tendrá lugar en la misma galería Saatchi, sino que se valdrá de la legitimidad, reconocimiento y reputación de la entidad que ostentaba el honor de ser la escuela de arte más prestigiosa y antigua de Inglaterra, la *Royal Academy of Arts*. Así, no solo desde las instancias propias del mercado se apropian de una buena parte de las capacidades y posiciones que ejercían y ocupaban los expertos del arte, sino que además se valen de sus instituciones y espacios en crisis financieras, para impregnarse del poder legitimador allí adquirido.

Otras muestras de esta maniobra, varios años más tarde serán los intentos fallidos de Charles Saatchi por alcanzar de nuevo el éxito de *Sensation*. Esta vez se tratarán de las exposiciones: *Ant Noises*, también comisariada por Saatchi en base a las obras cumbre de los YBA, y *Apocalypse*, exposición que también tuvo lugar en la *Royal Academy of Arts*, ambas dirigidas en particular a los visitantes más jóvenes, compuestas mayoritariamente por obras propias de los YBA, y de nuevo, con una intención descaradamente polémica y provocadora. Justamente será en los primeros meses del 2000, en el mismo año de cambio de siglo, cuando por un lado, estas dos grandes exposiciones tratarán, sin igual éxito, de repetir la expectación de *Sensation*, mientras que por otro, dos figuras pertenecientes al círculo de los expertos descrito por Bowness, el comisario y artista, Matthew Higgs⁹¹ y el director de la Tate, Nicholas Serota, frustraran definitivamente la esperanza de vida de los YBA, como presencia en colectivo, en el panorama artístico del nuevo siglo. Es en ese mismo año 2000, cuando Matthew Higgs ejerce de comisario para la exposición itinerante de la *British Art Show 5*, la muestra anterior, *British Art Show 4*, celebrada en el 95, había sido una innegable celebración a los YBA, pero en esta ocasión del 2000, el efecto será bien distinto.

⁹¹ Matthew Higgs nacido en 1964 en West Yorkshire, es un artista, comisario artístico, escritor y editor Inglés. Su contribución al arte contemporáneo del Reino Unido ha incluido la creación de *Imprint 93*, la publicación de las obras de una serie de artistas como Martin Creed y Jeremy Deller. Durante la década de 1990, Higgs fue conocido por promover la carrera de artistas que se encontraban fuera de la arrolladora corriente de los YBA tan pujante en la Inglaterra de esa década.

Como recoge Stallabrass, del mismo texto de Higgs para el catálogo de la muestra: “aunque el Young British art todavía seguía disfrutando de mucha atención por parte de los medios de comunicación nacionales, en Europa está acabado” (Stallabrass, 2010: 226). Todavía más intensamente, Nicholas Serota termina por asestar el golpe definitivo, anunciando con motivo de los premios Turner del año 2000 “que el momento de los YBA había pasado y que ya era hora de prestar atención a figuras más frescas y nuevas” (Stallabrass, 2010: 226). Según el propio Stallabrass, esas declaraciones suponen “lo más parecido a un certificado de muerte oficial que vayamos a contemplar jamás” (Stallabrass, 2010: 226). Declaraciones, que tratan de poner un freno categórico al proceso de legitimación del colectivo en la escena del arte y que además de modo simbólico, provenían de figuras muy relevantes del *segundo círculo* de Bowness, que a modo de *vendetta*, devolvían el golpe para restablecer en la medida de lo posible, el equilibrio de poder del *estatus quo*, previo al surgimiento del fenómeno YBA.

De lo que no cabe duda, es que suponen el anunciado inicio de la caída de los YBA como colectivo, pues bien es cierto, que las trayectorias hacia la legitimación de algunos de sus miembros de forma independiente, sobretudo Damien Hirst, todavía tendrán un largo recorrido y darán mucho que hablar en el mundo del arte contemporáneo, durante las siguientes décadas posteriores.

1.3 El círculo tercero: *el círculo del mercado*.

En este tercer círculo descrito por Bowness y puesto a prueba respecto a la trayectoria de los *Jóvenes Artistas Británicos*, centraremos nuestra atención sobre el papel ejercido por el mercado en el proceso de legitimación del colectivo YBA. En concreto, las distintas instancias que ejercieron su influencia y poder legitimador sobre ellos, para tratar de ensalzarlos hasta la cumbre del sistema del arte del momento. De entre estos agentes ya hemos señalado el papel primordial jugado por la figura proveniente de la esfera mercado del arte: Charles Saatchi. Inicialmente ejerciendo como coleccionista, para posteriormente pasar a ser galerista de muchos de ellos, y finalmente comisario e ideólogo principal de la identidad del colectivo YBA. Ni que decir tiene que supuso la piedra angular del inicio de su proceso legitimador, con la compra masiva de sus primeras obras y el encargo de piezas tan significativas como el tiburón de *“La imposibilidad de la muerte en la mente de un ser vivo”* (1991), o la vaca y ternero también de Hirst, *“Madre e hijo, divididos”* (1993), más que un mecenas o un gran coleccionista convencido, Saatchi supuso un promotor espectacular, como ningún otro coleccionista había logrado anteriormente promocionar y encumbrar a sus artistas.

Como muchos autores apuntan, posiblemente nada de lo que los YBA supusieron habría existido sino fuese por las primeras acciones de Charles Saatchi, incluso como Javier Montes precisa, “quizás en realidad él ha sido el gran artista de todo esto: el primero en comprender y llevar a ebullición la aportación más novedosa de nuestra época a la Historia de la Cultura: *el marketing entendido como una de las Bellas Artes*” (Montes, 2014: 19). Más allá de la emblemática figura de Saatchi, es necesario puntualizar que otros grandes e importantes nombres del mundo del mercado del arte, jugaron importantes papeles legitimadores del movimiento. Entre ellos, y de los primeros en hacerse eco del interés que potencialmente podrían suscitar los YBA fue la galería Karsten Schubert, quien inmediatamente después de la celebración de *Freeze*, expuso a numerosos miembros de la YBA, tales como; Davenport, Gary Hume, Landy, Glenn Brown, Abigail Lane, Sarah Lucas, Richard Patterson, Simon Patterson y Matt Collishaw.

Lo que supone un total de nueve artistas, representados de forma casi inmediata, de un total de dieciséis que se reunieron en *Freeze*, un porcentaje que representa más de la mitad de ellos. Si comparamos estas cifras, con la escasa cantidad de jóvenes artistas que consiguen cerrar contratos con galerías privadas, en una etapa temprana de su carrera, no solo debe interpretarse esta cifra como un rotundo éxito promocional del evento, sino como un paso decisivo en pos del reconocimiento y la legitimación de su trabajo.

Resulta importante precisar, que la acción de los marchantes y los coleccionistas que actuaron sobre la carrera de los creadores británicos, no puede ser analizada de manera independiente de la tipología de mercado existente en el momento en que se adquirieron las obras. Es decir, el primer coleccionismo ejemplificado en las compras compulsivas de Charles Saatchi, el cual se lanzaría a por las obras de los jóvenes británicos, es un tipo de coleccionista que actúa en un mercado de parámetros muy restringidos y características bien definidas.

En un primer lugar, estas obras serán vendidas durante esta etapa, a precios relativamente bajos, o muy bajos, a la vez la circulación de las obras en el mercado resulta muy reducida o prácticamente inexistente, y finalmente, la influencia y presencia de intermediarios entre los artistas y el coleccionista es muy escasa y en la mayoría de los casos, será Saatchi, en esta primera fase de mercado primario, quien interactúe personalmente con los artistas a la hora de adquirir sus obras. En cambio, la situación será radicalmente diferente en lo referente a la segunda generación de coleccionistas, o aquellos que adquirieron las obras de los YBA en el mercado secundario, principalmente a través de galerías y marchantes con representación internacional a lo largo del globo. Podríamos ilustrar esta tipología de coleccionista con la conocida figura del norteamericano Steve Cohen, el inversor financiero de fondos de alto riesgo, que en 1992 ganó finalmente la batalla por la adquisición del tiburón de Damien Hirst, por la friolera cantidad de 12 millones de dólares, gracias en buena parte, a la gestión comercial del gurú del arte contemporáneo y uno de los marchantes más conocidos en todo el mundo, Larry Gagosian.

Larry Gagosian representa dentro del mundo del galerismo privado, una especie de *superestrella*, y encarna la figura perfecta para representar las obras y los intereses de un *superartista* como Demian Hirst. Este tipo de marchante o galerista son aquellos que actúan en una segunda fase temporal, tras un primer reconocimiento de la obra por parte de una serie de agentes previos, que aunque de un prestigio menor, son aptos de otorgar una cierta legitimidad a sus propuestas. En esta fase posterior de aproximación al artista y la obra, estos agentes del mercado secundario, suelen poseer también una serie de características propias muy reconocibles. En principio, a pesar de que personalmente tienen un contacto directo con los artistas, incluso se llegan a establecer relaciones de amistad, mantienen con los artistas una vinculación personal mucho más distante, pues a pesar de que participan activamente de sus acciones, no llegan a influir sobre las obras, los estilos o los formatos de su producción. Ellos se encargan de transmitir la imagen y el valor de las marcas de los artistas a los que representa. Establecen precios y tratan de fijar una valoración alta para sus obras, aunque también promueven intensamente su carrera, a través de la organización de exposiciones grupales e individuales dentro de su red de galerías propias o afines, o con la difusión extendida de su obra a gran escala. Permiten así, una expansión internacional y una legitimación a través de una doble faceta, tanto por una representación de alto nivel, como por las adquisiciones de relevantes instituciones o coleccionistas de renombre.

Una vez introducida la representativa figura del coleccionista en este proceso de legitimación y su función dentro del tercer círculo descrito por Bowness, es necesario precisar aspectos sustanciales de sus acciones y sus perfiles, para este apartado final de conclusiones del estudio.

Durante la realización del estudio, se nos hizo evidente la importancia que ostenta la figura del coleccionista dentro del mundo del arte, pues sencillamente sin la existencia de estos compradores finales, con seguridad no existirían ni marchantes, ni galerías privadas, ni ferias de arte, ni mercado del arte, y con ciertas dudas, ni siquiera el concepto mismo de sistema del arte que entendemos hoy.

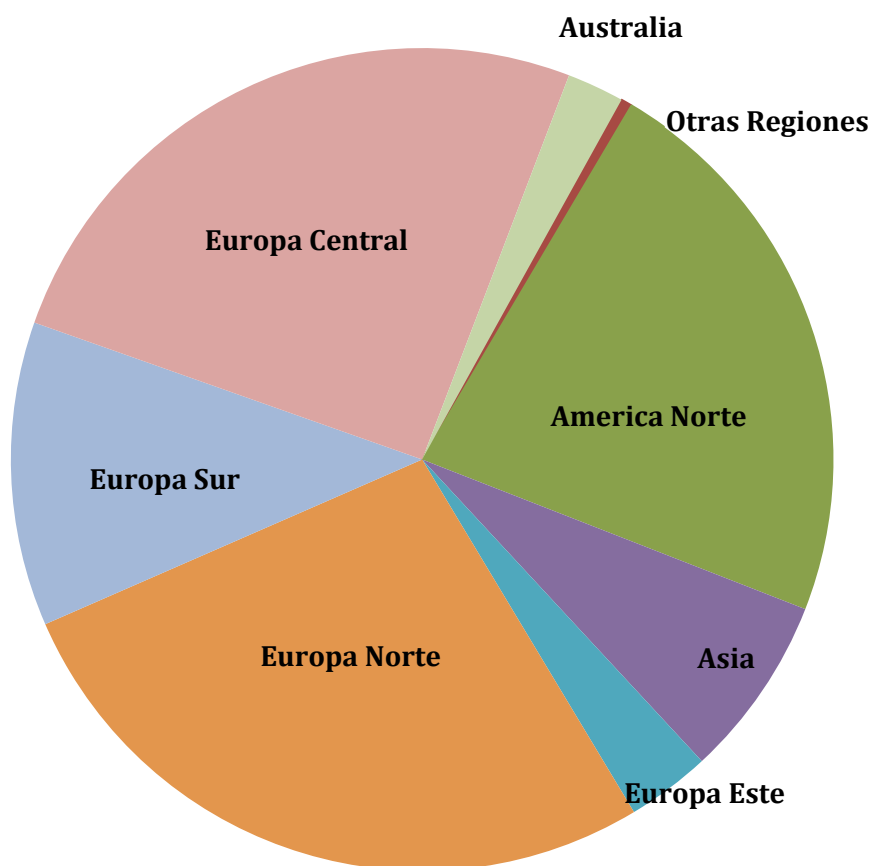
Más allá de imaginar realidades posibles para un sistema del arte sin mediaciones de intereses comerciales, existe una característica propia en estos coleccionistas, que no resultaba tan indiscutible al inicio del estudio. Se trata de la abismal diferencia entre un mero comprador de arte, y un coleccionista de prestigio, es decir, la gran diferencia que existe, entre la adquisición final de las obras, por parte de consumidores anónimos, o por parte de un coleccionista, que posee un status y un prestigio propio dentro de este sistema.

Esta diferencia reside en que las piezas adquiridas por estos grandes coleccionistas se tiñen del estatus propio y del prestigio personal del mismo, en definitiva, se acrecienta estimablemente el proceso de legitimación de las obras poseídas, y por consiguiente la figura del artista creador de las mismas. Es tanto así, que un coleccionista de cierta importancia, con un reconocimiento social alto, colabora enormemente a la visibilidad y el reconocimiento de los artistas a los que colecciona. Tanto por el momento en que su colección privada llega a un cierto público, bien por la difusión de los medios de comunicación o bien por la donación que pueda realizar a un museo, como por la apertura de museos o galerías privadas para la exposición de su colección, o incluso por el simple hecho de la carga legitimadora que le otorga a un artista estar presente en una colección con un cierto prestigio.

Centrando nuestra mirada en la figura de Hirst como abanderado del estudio de caso, la pregunta sobre quién y donde se exhibe y colecciona la obra de Hirst no solo es pertinente para este desarrollo de resultados, sino que resulta muy necesaria para poder concebir la trayectoria legitimadora recorrida por el mismo. Así como parte de los resultados conclusivos extrapolables de este análisis en relación a la aplicación de la teoría de Bowness sobre la obra de Damien Hirst, nos resulta importante destacar en primer lugar cual es, de forma concreta, la presencia del artista a lo largo del globo, así como el número y la naturaleza de las exposiciones organizadas y su distribución internacional.

Tal y como hemos podido analizar en profundidad en el estudio de caso, el la trayectoria de Hirst, tanto en lo referente a la presencia de instancias de legitimación propias del círculo de los especialistas y expertos del arte, como curadores de museos e instituciones artísticas, como en lo referente al círculo del mercado en galerías y subastas, la totalidad de ellas se concentran en un porcentaje de un 85% en las regiones de *Europa del Norte*, *América del Norte* y *Europa del Oeste*. Es decir una absoluta concentración de su presencia en las regiones preponderantes de Occidente. Es decir, nos referimos específicamente a los países de Inglaterra, en la zona de *Europa del Norte*, a los Estados Unidos en la *América del Norte*, y a los Países Bajos, Suiza, Francia y Alemania en la *Europa Central*.

Total de exposiciones con presencia de la obra de Damien Hirst desde el 1989 al 2014

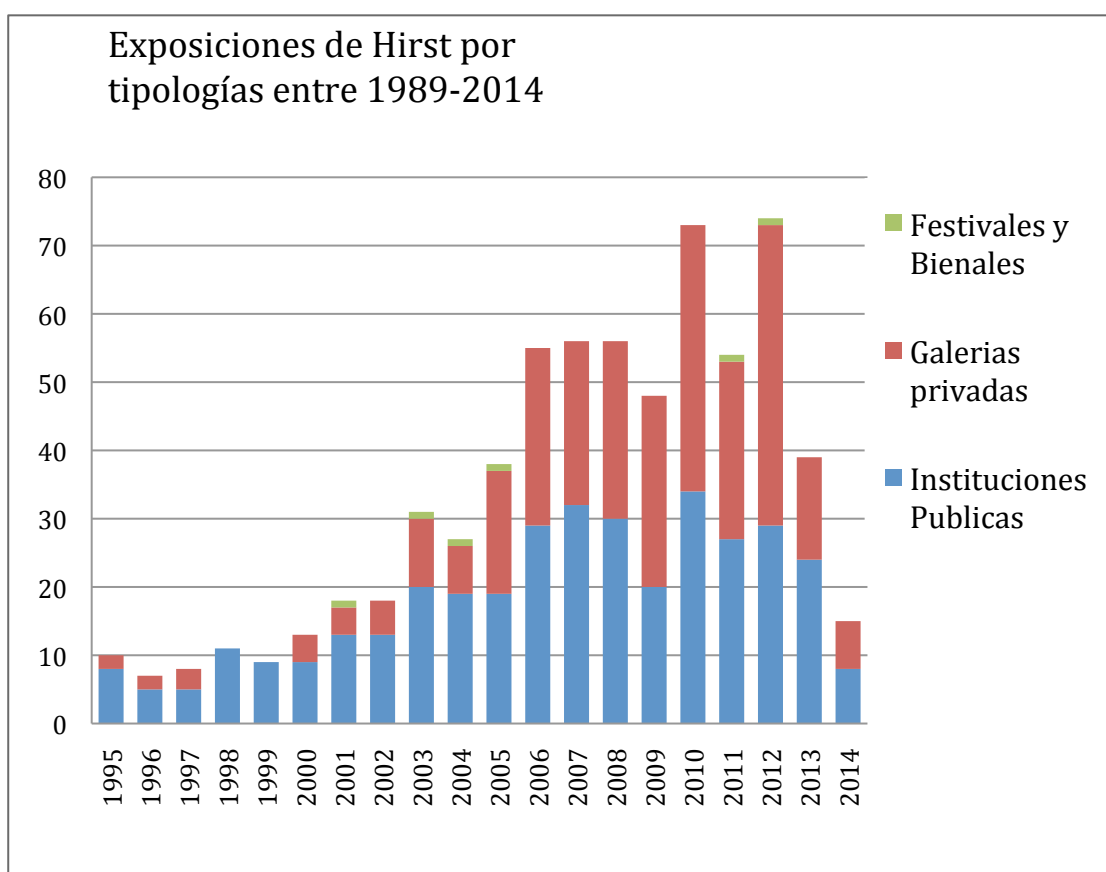


(Gráfica de elaboración propia)

En lo referente a esta predominancia occidental de la distribución geográfica de la obra de Hirst, resulta igualmente significativo señalar que el sumatorio de las regiones Europeas son igualmente mayoritarias de una forma abrumadora. Pues aunque la presencia en la región norteamericana es significativa, nunca llega a suponer más de un 30% de representación, siendo en la categoría que analiza la presencia de la obra en *Galerías Privadas* su máximo exponente.

Mientras que en el sumatorio de las distintas regiones europeas la media de su presencia artística en la totalidad de ámbitos del sector es prácticamente del 65% del total. Es por ello que, más allá de la presencia de la obra de Hirst en algunas regiones como la Asiática, o la casi insignificante presencia en continentes enteros como el africano o sudamericano, podemos determinar, que en términos de presencia de su obra, el artista Damien Hirst, es una figura puramente Occidental, surgida, difundida y coleccionada casi en exclusividad en las regiones económicas más pujantes de Occidente; Inglaterra, Estados Unidos, Suiza, Países Bajos, Francia y Alemania. Y al mismo tiempo, como hemos ya señalado, dentro de esta localización occidental, es especialmente representativo el papel que juega su presencia predominantemente europea, particularmente en lo referente al número total de exposiciones del artista, así como del apoyo recibido por las importantes instancias de legitimación museísticas.

Por otro lado, otro aspecto relevante a destacar para poder extraer resultados del estudio de caso, sería el análisis respecto a las tipologías de los espacios que han albergado la obra de Damien Hirst a lo largo de los años correspondientes del 1989 al 2014, así pudimos apreciar claramente como se desarrollaba una tendencia llamativa hacia una conversión evidente de estos espacios a lo largo de las últimas décadas. Es decir desde un primer periodo en sus comienzos, donde mayoritariamente la obra es expuesta en instituciones y museos, a una última década donde la proporción de este número de espacios se invierte, dando lugar a casi una duplicación del número de galerías privadas respecto al de instituciones y museos.



(Gráfica de elaboración propia)

Podemos afirmar así en base a este análisis de representación, exhibición y promoción de su obra, y más allá de valoraciones críticas o formales de su obra, que el periodo de mayor difusión y expansión de la trayectoria artística de Hirst (al menos hasta la fecha de 2014) se situará en torno al lustro del 2006 al 2012. En términos cuantitativos se podría decir que ya desde finales del 2012, el artista sufre de una clara trayectoria decreciente, siendo el 2014 un año similar en números totales al 2005, año previo al boom galerístico que este experimentará desde el 2006 hasta el 2012 como hemos visto.

Es por tanto que podemos obtener como resultado que el éxito expansivo en términos cuantitativos de la trayectoria de Hirst proviene de ese boom experimentado en el sector galerístico desde finales de la década del 2000, acompasado por un constante apoyo institucional que ha acompañado casi impertérrito toda su carrera ya desde sus tempranos inicios.

Es así que al menos a nivel cuantitativo, el proceso de legitimación de la obra y figura de Hirst corresponde al esquema planteado por Bowness, donde en un inicio es descubierto y apoyado por los expertos, bien sean críticos o comisarios museísticos, para después pasar a formar parte del círculo del mercado en galerías y subastas donde su obra y su reconocimiento se difunde a una escala mayor, aunque como hemos visto, siempre en un ámbito casi exclusivamente Occidental, y preponderantemente del norte de Europa.

Pero si en cambio regresamos a un tipo de análisis de resultados desde una óptica más cualitativa, discursiva o histórica, los resultados conclusivos obtenidos del estudio de caso adquieren un matiz algo diverso. Pues si retomamos como muestra el paradigmático caso estudiado, de la venta de Larry Gagosian del emblemático tiburón de Hirst, y las múltiples ofertas de compra que recibió por parte de los diversos coleccionistas, analizaremos una serie de dinámicas y motivaciones sociales que se mueven detrás de tales operaciones mercantiles, así como las repercusiones que estas tuvieron dentro del proceso de legitimación social de la obra y el artista estudiado.

Como sabemos será, la oferta de compra por parte de Sir Nicholas Serota, entonces director del *Tate Modern Museum* de Londres, una de las posibilidades mejor valoradas por artista y marchante como comprador final, para una obra tan estimada por aquel entonces. La predilección inminente por Serota era algo evidente, pues como director de la *Tate Modern*, este encarnaba a la perfección la figura de un comprador con gran prestigio social, legitimidad artística y reconocimiento internacional, atributos que jugaban una importante baza a su favor. A pesar de que el presupuesto disponible con el que contaba para su compra, corría a cargo de la institución pública *Tate* y por tanto, no suponía una cuantía desorbitada, el incontable valor, en legitimidad institucional, que se asociaba con la compra del escualo en nombre de la *Tate Modern*, bien complementaban los dos millones de dólares netos ofrecidos por el mismo.

Aunque de nuevo la mano de Gagosian será la que acierte en su estrategia de difusión y promoción de la obra internacionalmente. Este, establecerá un amplio periodo, limitado en el tiempo, para recibir una multiplicidad de succulentas ofertas provenientes de todo el mundo. A su vez, lo que se ofrecía como reclamo para la compra, era la gran notoriedad social que se obtendría por la cobertura mediática que implicaría su adquisición, en paralelo a la exclusividad que otorgaba una pieza que Gagosian definía como el baluarte del arte contemporáneo de los noventa, y que poseía un incalculable potencial de revalorización en el tiempo.

Así fue, que el tiburón esta vez financiero, Steve Cohen, conocido por sus inversiones de alto riesgo, y por sus delitos en el traspaso de información privilegiada en lo referente al mercado bursátil, decidirá finalmente adquirirlo por la friolera cantidad de doce millones de dólares. Operación final de compra-venta ante la cual, la cuestión sobre el prestigio y la legitimidad del comprador resulta evidente; ¿Cómo es posible que simplemente por una cuestión numérica, un coleccionista como Cohen, sea finalmente el elegido ante un aluvión tal de variadas ofertas, incluido el tan reputado ofrecimiento de Serota en nombre de Tate? Y la respuesta a tal evidente pregunta, se encuentra en cierta información, que propia de Cohen, y de tantos hombres de negocios; se trataba de un dato oculto o privilegiado, pues no se hizo público hasta pasado un buen tiempo de la operación mercantil. Este dato tan relevante, consistía en la confesión previa de Cohen sobre su verdadera voluntad, consistente en que tras la compra, donaría la pieza tan altamente valorada, al prestigioso Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA), para que así formase parte de su reputada colección de arte moderno y contemporáneo.

A su vez no era propio de un hombre como Cohen, realizar esta desprendida donación a una institución pública, de forma completamente altruista sin esperar nada a cambio. Pues previamente a la compra de la obra de Hirst, y de forma muy discreta y desapercibida para los medios, desde el Museo de Arte Moderno de Nueva York se le brindó la posibilidad de ocupar un puesto dentro del consejo del mismo, a cambio de alguna donación de tal importancia.

Posteriormente y ante el anuncio público de la voluntad de Cohen respecto a la donación de la obra al MoMA, el ofrecimiento por parte del Museo de Arte Moderno se hizo de manera oficial. Entendemos que la adjudicación de la venta del tiburón a Cohen fue finalmente basada, en buena parte, en el peso sustancial de la astronómica cifra de 12 millones de dólares, pero que igualmente, la información de que dicha obra fuese a parar a la colección del MoMA de Nueva York, con la importancia en términos de revalorización de la obra, reconocimiento internacional e incremento del proceso legitimador que este paso suponía, resultó ser absolutamente determinante a la hora de cerrar finalmente tal negociación.

Tras una operación mercantil tan difundida mediáticamente, la escena del arte internacional terminó por percibir en el desenlace de este proceso de compra, más que una victoria personal del financiero Steve Cohen, sobre el experto en arte Nicholas Serota, la supremacía del prestigio y el renombre de la institución norteamericana del MoMA, sobre la británica Tate Modern. Al fin y al cabo ambas personalidades pujaban en nombre de tales instituciones, y a pesar de que ambas figuras eran muy reconocidas dentro de la escena del arte, tanto Serota por sus modos de hacer y conocimientos en arte, como Cohen por su vasta e importante colección de arte moderno, ambos se encontraban eclipsados por la sombra de tales instituciones artísticas, pues se trata de los dos grandes nombres en cuanto a instituciones artísticas, aquellas, al que todo artista actual desearía poder alcanzar con su obra. Ser adquirido por cualquiera de las dos, supone en el proceso de legitimación un salto altamente cualitativo, prácticamente la meta final de una carrera artística en la actualidad. La entrada en la colección de estos museos supone, potencialmente, la apertura de las puertas de la visibilidad, reconocimiento y legitimidad de un gran público internacional.

A modo de conclusión y en un balance final podemos afirmar en lo referente al caso específico de los YBA y las funciones del *tercer círculo* de Bowness, que la calidad de las relaciones entre los artistas, los marchantes o galeristas y los coleccionistas analizados en este estudio, revela varias cuestiones.

En primer lugar, cronológicamente, en contra de los criterios descritos por Bowness en su esquema, deberíamos incluir el primer coleccionismo de Charles Saatchi dentro del *primer círculo de los pares*. La inmensa importancia que jugó en la configuración identitaria del colectivo, la gran influencia temática y estilística que ejerció sobre los artistas, las relaciones sociales que mantenían y el tipo de impulso que propagó sobre ellos, sugiere que existió un fuerte compromiso personal, motivado principalmente por una serie de intereses comunes que compartían. De ahí la apuesta que este realizó sobre lo que, bajo su criterio, no era sino una inversión que seducía a su ojo analítico en el arte más rupturista de su tiempo.

Los beneficios adquiridos tanto por los artistas de la YBA, como por el mismo Saatchi, eran sin duda, económicos, pero igualmente pudieron adquirir con el tiempo, la forma de un valor simbólico. Es decir, valores como la propia legitimidad social o el reconocimiento dentro de la esfera del arte por una actitud visionaria, ya fuese por el persistente empeño de los artistas, como de su gran promotor, uno de los primeros coleccionistas que creyeron en ellos como talentos relevantes de su tiempo.

En segundo lugar, cronológicamente, el interés suscitado y el acceso final a las dos grandes instituciones museísticas contemporáneas del mundo occidental, el MoMA y la Tate, se producen, una vez más, a diferencia del proceso definido por Bowness, gracias a la acción de distintos agentes pertenecientes al *tercer círculo de mercado*. Será en esta fase de acción temporal, cuando una vez respaldados por las grandes ventas de sus obras, representados por grandes firmas galerísticas, multidifundidos por los medios internacionales, expuestos en relevantes espacios desde el sector privado comercial y siendo un éxito en el gusto de un considerable gran público, cuando las importantes instituciones de renombre se interesen por su obra, bien por medio de sus agentes especializados o indirectamente a través de donantes. Podemos determinar que gracias a la inclusión de importantes agentes del mercado del arte, como Saatchi o Schuber, en un estadio muy temprano de la trayectoria artística de los YBA, prácticamente dentro del ámbito del *primer círculo de pares*, todo el proceso desarrollado experimentó una gran aceleración.

Unido esto al bloqueo o negación de la crítica experta, como instancias legitimadoras propias del *segundo círculo*, y a que finalmente hicieron aparición grandes directores de museos, coleccionistas y comisarios para ejercer sus acciones de influencia, contradice el orden de acción respecto a lo establecido por Bowness, o mejor dicho, se confirma la multiplicidad y simultaneidad de acción de los distintos agentes legitimadores. Siendo esta tercera fase de legitimación, la que permite a los YBA posicionarse como colectivo artístico definido, como un referente de consagración representativa de su tiempo durante toda la década de los noventa.

Así los primeros escalones que los artistas YBA, y en concreto Hirst como abanderado, superaron para ascender en su trayectoria, a través de los distintos estadios o círculos de legitimación de sus obras, estaban fundamentados sobre la base de la heterogeneidad formal, el *shock* espectacular como elemento conductor y el cinismo irreverente como lenguaje. En definitiva, con esta apariencia de identidad grupal construida, gracias al firme apoyo promocional de Saatchi, a la función de algunos columnistas afines, a la representación de galeristas estelares y a la ambición de grandes coleccionistas acaudalados, el grupo desarrolló su meteórica y anómala trayectoria hacia una legitimidad internacional, basada esencialmente en la superación de los record de ventas.

1.4 El círculo cuarto: *el círculo del gran público.*

A pesar que Bowness en su estudio, apenas hace alguna referencia a la complejidad de funcionamiento dentro de este último círculo final, denominado por el mismo, como *el cuarto círculo, el público*. Creemos que resulta fundamental para el estudio, pausar la mirada analítica en este último estadio e indagar, cómo se producen las dinámicas internas de este fenómeno de legitimación social por parte de un gran público. Los interrogantes a los que trataremos de dar respuestas en este apartado, serán los referentes a las modalidades de legitimación social del artista hoy, en qué valores están sustentados y cual es la naturaleza del criterio del público contemporáneo. Tal y como desarrollamos al inicio del estudio, entendemos por *legitimación social* de un movimiento o artista, el reconocimiento y validación de sus propuestas artísticas como aportaciones relevantes en la historiografía del Arte. Como tal, esta validación social por parte de una multiplicidad de agentes e instancias, supondrá por ende, el paso natural y efectivo de su aportación a la historia del arte. Este paso a formar parte de la historia del arte, absolutamente crucial para un artista, así como para los agentes relacionados con este, es una extensa y compleja dinámica, gestionada principalmente por las instancias y la vasta cantidad de actores que interactúan en el mundo del arte.

Como establecimos al inicio del estudio, para poder utilizar un parámetro medible y cuantificable para la consecución de tal empresa, hemos seleccionado, la aparición de un determinado artista o movimiento dentro de las publicaciones relevantes, tales como las monografías o biografías, los catálogos y número de exposiciones, números y precios de venta de su obra y la presencia fundamental en museos destacables, pues a nuestro entender, estos cuatro, suponen modelos potenciales medibles y cuantificables, soportes estables, que muestran la legitimación potencial de la figura de un artista o movimiento.

Respecto al criterio social para valorar la relevancia de un artista, nos remitiremos a como describe Nuria Peist en su estudio, “los valores con los que un artista es aceptado o integrado adquieren dos dimensiones muy diferentes.

Una típicamente moderna, centrada en la leyenda del artista, y otra contemporánea, destinada a destacar el valor de las obras. De esta manera, son mucho más cercanas a un público profano las leyendas que a modo de anécdota sustanciosa se elaboran sobre figuras sobresalientes de la modernidad” (Peist, 2012: 225). Así los principales valores que deben acompañar la imagen o identidad social de un artista de cara al juicio de los grandes públicos, son los de originalidad, ruptura, innovación y singularidad, valores por contraposición y en contraste, respecto a los de la realidad estética vigente. Una identidad, basada en el ingenuo ideal romántico del artista, en el que lo auténtico de la inspiración de sus creaciones proviene directa y genuinamente del interior del creador. Por lo que hoy resulta muy pertinente, considerar las tipologías de artista, en torno a los que la personalidad mediática de un artista se ha armado, para ganarse una identidad social potencialmente integrada. La puesta en valor de esa tipología es fundamental, para comprender la imagen y la apreciación que se tiene del creador y cómo ambas irán variando a lo largo del tiempo.

De esta manera, según Nathalie Heinich, “cuanto más arriba estemos en la jerarquía de los valores intelectuales, más se privilegia la estética frente a la biografía y el distanciamiento del análisis que afecta a los objetos más que a la implicación emocional del admirador en empatía con un creador” (Peist, 226). Deduciendo de esto, que en la realidad del arte actual, no solo resulta fundamental establecer una argumentación que sea válida para las propuestas artísticas per se, sino que del mismo modo si la pretensión es alcanzar una legitimidad extensa y plural por parte de un gran público, compuesto por expertos y menos entendidos en la materia, resulta preciso, la configuración a modo de creación y puesta en escena, de una imagen definida y pujante de su creador. El artista estará representado no sólo por su obra, sino también, por el discurso construido en torno a ella, la identidad del interior y por todos los hechos significativos y definitorios de su persona.

Antonie Hennion⁹² constata que entre la obra y el público existe una multiplicidad de mediadores: actores, saberes, actividades, objetos y un largo etc... El giro que propone el autor es observar cómo los públicos se acercan a los objetos a través de las mediaciones que les son propuestas para hacerlos coherentes y poder apoyar sus gustos y creencias (Peist, 2012: 218). Es decir, el público receptor de hoy, precisa para relacionarse satisfactoriamente con las propuestas artísticas actuales, de un estímulo previo introductorio para aproximarse a dicho objeto, y ese estímulo debe ser semejante a una información o principio que el individuo ya posee, y que a su vez, estará relacionada en algún modo, con su experiencia de vida directa.

En esta misma línea también Nathalie Heinich, a la hora de estudiar la recepción del arte por parte de los públicos, apunta sobre la necesidad de prestar atención al espacio de valores intermedio, que existe entre los sujetos y el objeto. De este modo desplazará el foco de atención respecto a la obra de arte y su autor, para apuntar hacia la apreciación que por parte del público, recibe una determinada obra o artista, dependiendo en parte del espacio intermedio construido por los especialistas o mediadores. Lo que no hace sino poner de manifiesto el papel fundamental que juega la mediación en el proceso de valoración, reconocimiento y legitimación del público hacia el arte y los artistas contemporáneos.

Vemos como en las consideraciones de Antonie Hennion y Nathalie Heinich la obra de arte per se, dentro del proceso de legitimación, comienza a ocupar una importancia algo menor. Esto es principalmente, debido a que la legitimidad por parte de un público, el cual ocupa una posición de juicio en último lugar, es otorgada tras una cierta valoración de las obras, y a modo de dictamen conclusivo, tras haber logrado interactuar, de hecho, con las propuestas de un modo propio o cercano.

⁹²Antonie Hennion, nacido en 1952 en Nancy, Francia. Hennion es un destacado sociólogo francés. En la actualidad ejerce como Profesor y Director de Investigación en el Centro de Sociología de la Innovación (CSI) de la Escuela de Mines ParisTech. Lideró el Centro CSI en el periodo comprendido entre el 1994 y el 2002. Antoine Hennion ha escrito numerosos artículos y libros sobre sociología de la música (la industria de la música, la producción, la enseñanza y un largo etc...), la innovación (en radio, publicidad y diseño) los medios de comunicación, el arte y la cultura.

Enfatizando estas consideraciones que relacionan los procesos de legitimación por parte del público con los mecanismos de mediación entre obra y público. Es así, que la intervención de una mediación positiva por parte de los especialistas del arte, o aquellos descritos por Bowness en el segundo círculo, garantizará el reconocimiento, y será un escalón fundamental para alcanzar la legitimación por parte del público.

Por un lado, establecerá un vínculo de aproximación entre obras y observadores por el que poder construir una interacción entre ambos y por otro, esta la mediación experta implicará sin lugar a dudas, una clasificación de la propuesta dentro de un estilo, corriente, movimiento o escuela determinada. Como señala igualmente Peist, un artista consigue el éxito cuando logra ser parte de la historia, y para ser parte de la historia hay que estar clasificado. Para Peist, el éxito de un artista es absolutamente dependiente del éxito del sistema de la modernidad y el éxito de los movimientos particulares (Peist, 2012: 338).

Si consideramos no solo el estudio de caso de Demian Hirst y los YBA, modelo de esta investigación, sino una multiplicidad de fenómenos artísticos desarrollados y legitimados durante la segunda mitad del siglo XX, comprobaremos que una de las características más destacables en todos ellos, es la manera en que los mecanismos de legitimación de los artistas, se transformarán notablemente en el tiempo, respecto a fenómenos artísticos anteriores. En primer lugar y el más destacable cambio de estos mecanismos, reside en la evidente rapidez y aceleración de acceso a la legitimación social por parte de nuevos movimientos o artistas rupturistas. A medida que los movimientos artísticos de toda índole fueron consagrándose a lo largo del siglo XX, y los valores del arte moderno se asentaban como parte fundamental de la lógica interna en la organización del arte, los artistas emergentes han ido experimentando un acceso a la legitimación social de una manera cada vez más rápida y acelerada casi exponencialmente. Es tanto así, que en este último cuarto de siglo XX, se ha experimentado un proceso de aparición de más artistas, más galerías, más museos y más exposiciones como nunca antes, desde la modernidad.

Pero sobre todo, el otro fenómeno llamativo respecto a la recepción final por parte de este último círculo, junto al proceso de aceleración de legitimación artística, se trata de la gran promoción, impulso y apoyo que es realizado por organismos públicos o privados, sobre el arte de nuestro tiempo. Algo que de un modo similar, jamás se había experimentado con anterioridad, socialmente, a unos niveles como los presentes.

Al sumar ambos procesos, el de una rápida aceptación y validación de las nuevas propuestas, más un gran apoyo e interés social por estos proyectos, el resultado puede convertirse en lo que Francisco Calvo Serraller⁹³ determina como la pérdida de la capacidad rupturista por parte de los nuevos movimientos artísticos, los cuales según este, ya “no se presenta a sí mismo como vanguardista, sino que tampoco actúa como tal (...) Por eso, en primer lugar, han desaparecido los movimientos y su lineal sucesión, hablándose ahora, todo lo más, de tendencias de moda” (Serraller, 2001: 309). Esta dinámica de rápida y continua legitimación de movimientos artísticos, como olas de tendencias de moda que van y vienen en el océano de la coyuntura cultural contemporánea, responde al fenómeno de la filosofía postmodernista, examinada igualmente al inicio del estudio, por la cual implica una aceptación e instauración del pensamiento moderno, por parte de la sociedad. Es en este sentido que experimentamos socialmente, constantes y rápidos cambios de gusto y estilo, pero a modo de un auténtico consumo social de arte.

⁹³ Francisco Calvo Serraller nacido en Madrid en 1948, es un historiador, ensayista, crítico de arte y catedrático universitario español. Doctor en Filosofía y Letras en la especialidad de Historia del Arte por la Universidad Complutense, de la que es catedrático de Historia del Arte Contemporáneo desde 1989. Es miembro de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando desde 2001. Fue Director del Museo del Prado durante cien días. Es colaborador habitual del diario *El País*, desde su fundación en 1976, especialmente en su separata *Babelia*. Ha sido propuesto para ocupar la cátedra de *Jorge Oteíza* de la Universidad Pública de Navarra. Ha participado en los cursos de verano y seminarios de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, dirigiendo los titulados *Las artes de la sensualidad* (1988), *La escultura actual: nueva dimensión artística en relación con el ámbito internacional* (1988), *Paisaje artístico para un fin de siglo* (1989) y *La influencia de Velázquez en el arte contemporáneo* (1990).

Entre las exposiciones de las que ha sido comisario están *Naturalezas españolas (1940-1987)*, de octubre de 1987 a junio de 1988; *El siglo de Picasso* (enero de 1988), englobada junto con otras tres bajo el título *Cinco siglos de arte español*. Coordinador de la serie “*Conceptos fundamentales en la Historia del Arte Español*” de la editorial Taurus. Buena parte de sus trabajos se han centrado en la historia de la pintura española entre finales del siglo XIX y del XX.

Un consumo tan extendido, aceptado y polivalente que, al modo sarcástico de los YBA, se hace innecesario como público, la justificación o defensa de ningún principio moral, estético o formal en el arte. Ninguno de los artistas del YBA, ni siquiera sus sustentadores Hirst o Saatchi, se presentaron como poseedores de un postulado o principio creíble sobre el arte propuesto, sino que simplemente defendían lo que consideraban como impulsos espontáneos, auténticos y geniales de un estilo pujante lleno de talento y frescura. De este modo, durante las últimas décadas, el público receptor en último término, de las producciones artísticas, ha desarrollado un gusto o criterio, basado en la tolerancia incondicional hacia lo proveniente de la esfera del arte sustentado por los medios. Tolerancia desplegada en conjunto, a una capacidad de asimilación y embelesamiento por aquellas propuestas que juegan con los lenguajes y temáticas de lo enfático, morboso o abyecto.

Un público final, que en numerosas ocasiones asiente, como un cómplice desconcertado, al proceso final de legitimación de tales propuestas, principalmente porque estas, inician su trayectoria legitimadora en los grandes mercados del arte y en la difusión masiva por los medios de comunicación. Así podemos afirmar, que la realidad del arte contemporáneo se caracteriza por un profundo cambio en las prácticas de producción, difusión, consumo y legitimación de las propuestas artísticas, lo que supone una reorganización sistémica del arte en la contemporaneidad.

En esta misma línea, Raymonde Moulin asegura que la transformación llevada a cabo a nivel estético y formal “evoca la lógica de la moda más que la de la vanguardia. No parece posible, en efecto, identificar hoy una vanguardia que, en el sentido sociológico del término, se defina por la ruptura con el mundo del arte establecido y la contestación a los valores y las convenciones que lo rigen” (Peist, 2012: 264). A su vez, Calvo Serraller nos describe que una vez “agotada toda credibilidad vanguardista hacia el ecuador de los años 70, no ha terminado por supuesto, la capacidad artística, que ha seguido produciéndose, incluso con más ímpetu que antes, al menos desde el punto de vista cuantitativo (...) En este sentido, a comienzos de la década de los ochenta se constató una reconquista de

una *libertad perdida* tanto para volver hacer pintura, como para crear en el modo en el que se quisiera, sin por eso tener que sentirse, de entrada, descalificado” (Serraller, 2001: 308-309). Como hemos ya planteado, la noción misma del arte ha cambiado significativamente, pues a pesar de que la renovación formal, planteada por los movimientos artísticos de la segunda mitad del siglo XX, pudiera considerarse como una propuesta efectiva, al nivel de los movimientos de las primeras y segundas vanguardias, desde el círculo de expertos del arte, crítica, comisarios, instituciones y especialistas, la visión que se transmite, dista mucho de ser esperanzadora en este sentido. Será esa misma tendencia social de tolerancia formal acelerada, la que en la década de los noventa perfile una situación, configurada en buena parte por la influencia de los YBA, en la que se produce en el mundo del arte, un desplazamiento constante, trivial y frágil de las tendencias imperantes como referentes de vanguardias artísticas.

Más que una verdadera aportación, o cambio transcendente de las vanguardias actuales que sacuda las estructuras del mundo del arte, lo que vivimos en la contemporaneidad, como público espectador, es un vaivén tendencial de los referentes artísticos, marcados por los récords de las casas de subastas. De hecho, análogamente a lo que se cuestiona Serraller, lo que está por ver, es, qué rendimiento respecto a un gran público futuro, tendrá el arte desarrollado en el momento presente, y en concreto en el legado artístico propuesto por los YBA y Hirst, dentro de estas condiciones de aceptación social acelerada e indiscriminada, predominio del *shock* y lo espectacular, insertos en una cadena de producción y consumo de arte masivos.

2. Conclusiones finales del estudio.

En la presente y última sección del estudio, desarrollaremos las conclusiones del mismo. Conclusiones referentes, tanto a la teoría expuesta por Allan Bowness, aplicada a nuestro estudio de caso de los YBA, lo que supuso nuestro punto inicial de partida, como al sistema económico y social que sustenta el modelo de legitimación del arte actual. Un sistema social, el del arte actual, que tras el análisis, hemos tratado de identificar y definir, extrapolando de un modo general los resultados específicos del estudio de caso analizado.

Así, cuando desentrañamos el papel y función de los coleccionistas y galeristas iniciales, que actuaron a principios de los años noventa, respaldando las primeras muestras de los YBA, pudimos distinguir que prácticamente la totalidad de ellos actuaron como agentes legitimadores de primer orden. Es decir, estos agentes, operaron en un tiempo llamativamente próximo a la propia aparición y primera visibilidad pública del colectivo, cosa que siguiendo estrictamente el recorrido marcado por Bowness, sería una función asociada primeramente a los críticos y expertos del segundo círculo de acción o de un orden secundario posterior.

En este primer proceso legitimador de los *jóvenes talentos británicos*, tanto uno de sus primeros coleccionistas, Charles Saatchi, como sus primeros marchantes y galeristas relevantes, Schubert o Gagosian y los respetados expertos del arte como Nicholas Serota, apoyaron de forma simultánea, la emergencia y definición del movimiento de los YBA. Como hemos visto, todos ellos representan piezas o engranajes necesarios para establecer y configurar en la ciudad de Londres, y en estos jóvenes representantes, un nuevo foco internacional de propuestas artísticas contemporáneas. Lo que supone, que estos agentes de la esfera del arte, de finales del siglo XX, participantes activos y simultáneos de la legitimación de los YBA, no solo ayudaron a impulsar la carrera del colectivo, sino que también, trataron de relanzar con ellos la imagen de Londres e Inglaterra como centros culturales de referencia mundial, tanto para el mundo del arte, como la moda o el diseño.

Por otro lado, si centramos el análisis del proceso en su aspecto temporal, observamos que, en lo que respecta a la fase de legitimación posterior de los YBA, a pesar de su enorme importancia en el proceso, no fue, de forma exclusiva, el papel del *tercer círculo de mercado*, el que supuso un soporte definitivo y concluyente para la consolidación del movimiento. Por el contrario, como hemos visto, los directores, expertos y comisarios de grandes museos y referentes artísticos, especialmente las acciones de apoyo por parte de algunas instituciones como; *Tate Modern* de Londres, *MoMA* de Nueva York, *Bienal de Venecia* o el mismo *Premio Turner*, contribuyeron, de una forma esencial, en su trayectoria de consolidación, reconocimiento y teorización del propio colectivo. Por lo que en este sentido, la pertinente función de los *expertos del arte*, para el desarrollo del proceso legitimador, si corresponde al papel desempeñado y al valor referencial atribuido por Allan Bowness en su modelo esquemático.

La gran diferencia con respecto al primer periodo inicial, es que los agentes e instancias, que actúan en este segundo proceso de legitimación, como instituciones internacionales de reconocido prestigio, poseen un alto grado de poder legitimador. Podríamos afirmar así, que de un modo análogo al fenómeno descrito por Nuria Peist, aunque salvando las grandes diferencias histórico-sociales del proceso de reconocimiento de los artistas de las primeras y segundas vanguardias del siglo XX, los artistas del YBA, cuando aún se encontraban situados en un primer periodo de legitimación por parte de *pares*, se verán ya afectados por una influencia decisiva y crucial del círculo del mercado. Será ya en este primer estadio, que aparecerán figuras decisivas como los primeros marchantes y coleccionistas, los cuales supondrán los efectivos promotores del colectivo. Así, en el mismo seno de la primera acción legitimadora, será donde se desarrolle el comienzo de la carrera de estos artistas, poniendo de relieve, las repercusiones decisivas que poseen hoy, tanto coleccionistas, como galeristas y marchantes.

En una etapa más tardía y madura de los mismos, percibimos la acción de la crítica y expertos, bien para su legitimación en forma de grandes retrospectivas, bien para la publicación de textos, tanto a favor como en contra, de sus propuestas.

Ambos escenarios, acontecidos después de una prolongada y efectiva exaltación de sus obras por parte de medios y mercado, consiguieron que a golpe de polémica y talonario, se batieran de forma consecutiva todos los récords, conocidos hasta entonces, en el mercado del arte actual.

Es por ello, que podemos extraer como parte de estas conclusiones del estudio, que el fenómeno meteórico de los YBA, fue un proyecto artístico/cultural que tomó un impulso inicial hacia la legitimación, en el enérgico respaldo, recibido desde diversas instancias asociadas al mismo mercado del arte. A su vez, cuando este impulso inicial, comienza a evolucionar por sí mismo, atrayendo la atención de grandes medios y público, los actores, que prosiguen con el respaldo a su trayectoria artística, no son otros, que algunos de los grandes *expertos del arte*. Reconocidos y respetados, estos referentes sociales, son poseedores de un alto grado de capacidad legitimadora. Refiriéndonos como tales, a directores y comisarios de museos, encargados de la adquisición y selección de obras para exposiciones, tanto para colecciones estatales públicas permanentes, como para galerías o asociaciones privadas.

A pesar de que este, supondrá un soporte bastante desigual y como vimos, para nada definitivo, será el colofón concluyente, que puntale la figura de Damien Hirst entre otros. Lo cual a un nivel ideológico, no deja de resultar irónico, pues ya desde sus tempranos inicios, los miembros del YBA, mostraron una férrea oposición a los modos y cualidades de la alta cultura, tratando de impostar su imagen, siempre a caballo entre una actitud subversiva y un cinismo radical. Será en esta contraposición paradójica del colectivo, donde los aspectos más especulativos y descarnados del liberalismo económico del momento, se pondrán en juego. Ya no solo, a la hora de impulsar a estos, hasta una cumbre mercantil con aspiraciones legitimadoras, sino que a posteriori, los mismos agentes que los auparon, tratarán de ampararlos a su modo, a lo largo del resto de la prolongada trayectoria artística de algunos de ellos. En parte, por salvaguardar sus propios intereses económicos y en parte también, por establecerlos como un modelo futuro a emular en la esfera del arte.

Es decir, estos agentes, trataron a toda costa de proteger a algunos de sus representantes más destacados, de las críticas que gradualmente, pero cada vez con más fuerza y empeño, fueron expresándose desde variados ámbitos del mundo del arte y la cultura.

Respecto al aspecto, profundamente mercantil, que posee el comienzo del proceso legitimador del YBA, nos resulta pertinente señalar, como parte de las conclusiones, un matiz puntualizado por el crítico literario, Renato Poggioli, respecto a la aplicación de la teoría de los cuatro círculos. Este, señalará respecto al modelo de Bowness, que se trata de un esquema aplicable, de forma casi exclusiva, a unas evoluciones artísticas insertas dentro de un marco socioeconómico, característico de una serie de democracias, propias de sistemas occidentales capitalistas (Peist, 2012: 129). Es decir, basado en el fundamento de que el arte de vanguardia por sí mismo y el mercadeo de las obras producto del mismo, parece, que solo puede desarrollarse en aquel tipo de sociedad, que desde un punto de vista político, se etiqueta como democrático-liberal y desde el punto de vista económico, como capitalista (Peist, 2012: 129). Por tanto, este, supone un modelo teórico de aplicación reducida, pues es casi en exclusiva ajustable, para un contexto social, occidental, liberal y capitalista, ya que es solo ahí, donde pueden verse y entenderse, la presencia e importancia de todos los sectores de influencia descritos por Bowness.

Si centramos la atención sobre el estudio de caso del fenómeno de los jóvenes artistas británicos, podemos afirmar que, más allá de la validez formal o estética de sus propuestas artísticas, fueron capacitados, por méritos propios o favorecidos para ello, para acceder a una segunda fase de legitimación comercial, sin ni siquiera haber sido valorados previamente por una crítica experta. Sin embargo, estos jóvenes artistas, consiguieron alcanzar en un tiempo récord una cierta legitimidad, respaldada principalmente, como hemos visto, por una serie de grandes redes económicas y culturales internacionales. Las cuales les proporcionaron, tanto un verdadero despliegue y apoyo mediático, como un respaldo financiero prácticamente incondicional.

Ante lo cual, una de las incertidumbres que nos surge a este respecto, como resultado de las conclusiones del estudio, es de índole motivacional y que como tal, desearíamos dejar como un interrogante abierto: ¿Qué movió a estas entidades y redes financieras, más allá de unos evidentes beneficios monetarios inmediatos, a invertir, promocionar, encumbrar y tratar de mantener a toda costa a algunos de estos artistas del YBA?

Como hemos visto a lo largo del estudio, según Vettese, las ventajas financieras de invertir en este tipo de obras de arte contemporáneo, con un alto riesgo valorativo, derivan principalmente de “las posibilidades de deducir las inversiones realizadas, del pago de impuestos anuales” (Vettese, 2002: 282), bastante más sustancioso que los potenciales aumentos de las cotizaciones de numerosas de estas obras. Al mismo tiempo, el coleccionismo e inversión en arte, por parte de las corporaciones, puede tener un carácter, más allá del especulativo, como puramente comunicativo o cultural. Este puede pertenecer a parte de una campaña, de escala mucho mayor, sobre comunicación y responsabilidad social corporativa o como una inversión filantrópica, con el interés de incentivar el talento de los jóvenes creadores nacionales. Incluso, podría responder al interés de organizar exposiciones itinerantes y realizar donaciones a museos públicos, que puedan llegar a marcar una agenda cultural de influencia, o más pueril y llanamente, por pretensiones decorativas y de estilo, asociadas a los espacios e imagen pública de la empresa.

En suma, tal y como confirma Vettese, entre las numerosas ventajas que podrían tratar de explicar “porqué las corporaciones gastan tanto dinero en arte: el coleccionismo es vivido como una forma clarividente de publicidad promocional” (Vettese, 2002: 282). Visto a través de este prisma, mayormente economicista o propagandístico del arte, se puede vislumbrar mejor, los intereses que los jóvenes talentos británicos, pudieron suscitar en la industria cultural londinense de final de siglo XX. Pues realmente ambos, compartían unos mismos objetivos y hablaban un mismo idioma; la espectacularidad promocional y la rentabilidad económica, dos conceptos claves del arte de los YBA y al mismo tiempo de la cultura actual de consumo.

En este sentido y con la perspectiva suficiente, que nos otorga el tiempo ya pasado, hoy, nos puede resultar obvio, que Charles Saatchi, el genuino diseñador, casi en exclusiva, de esta generación de *celebridades* del arte no fuese, sino un gurú de la publicidad con fuertes inquietudes artísticas. En esta misma línea señalará Martín, “la celebridad del nuevo artista era un fenómeno que sólo podía proyectarse en el abigarramiento visual de las sociedades de consumo respaldado por una intensa campaña de marketing” (Martín, 2007: 23). Y es en el Marketing, donde encontraremos uno de los grandes pilares en los se sustentará, a modo de herramienta promotora, el proceso legitimador del mismo colectivo YBA, y muy en concreto, la figura de Damien Hirst.

Si nos ciñéramos a una de las definiciones más habituales del marketing de Philip Kotler, veríamos que viene descrita como “una actividad humana destinada a satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio de productos” (Kotler, 1989). El marketing se presenta pues, como una técnica, con la misión de facilitar estos intercambios productivos, con lo cual su aplicación al arte o en concreto al mercado del arte, no debería, en principio, extrañarnos demasiado. La complicación se presenta, cuando esta técnica, exclusiva del mercado, se adueña prácticamente de la totalidad del desarrollo y proceso artístico. Esta práctica mercantil puede llegar a impregnar de sus principios y valores ideológicos el mismo proceso creativo, para tratar de definir así, un producto final, supuestamente artístico, destinado al éxito comercial inmediato. La situación se complica más aún, si no solo, se pretende la promoción de una serie de productos artísticos, sino la difusión, fomento y comercialización, de algo mucho más complejo, como una entera metrópoli, su identidad e imagen internacional. De este modo, consideramos que para tratar de dar alguna respuesta matizada a la cuestión sobre ¿qué fue lo que movió a estas entidades financieras, más allá de unos beneficios monetarios inmediatos, a invertir, encumbrar y tratar de mantener a toda costa a estos artistas?, no podemos obviar, el proceso económico global que se estaba jugando a nivel europeo en aquel momento, pues en paralelo a la trayectoria promocional de este colectivo, se desarrolló un proceso mucho más amplio y complejo, que envolvería impregnando, todo el proceso legitimador de los mismos.

Así pues como vemos, la trayectoria meteórica de los YBA no podría explicarse únicamente como la confluencia temporal, bien promocionada y financiada, de un grupo de artistas oportunistas e indiferentes. Es decir, que el desmedido éxito comercial de algunos de sus miembros y su posterior intento de encumbramiento hacia una legitimidad social, no fue más que una consecuencia de la tentativa, promovida desde diversos ámbitos, por intentar resurgir de una crisis más amplia, el seno de la industria cultural y financiera de la capital inglesa.

Como señalará Stallabrass, el recorrido de los YBA, fue “fruto de circunstancias económicas muy concretas, persigue una identidad cultural basada en lo popular, una reacción contra la élite cultural cosmopolita; aunque también (...) una estrategia comercial, un recurso autoconsciente para explotar la identidad británica en términos de mercado” (Stallabrass, 2010: 193). Se trataba de un recurso promocional, basado fundamentalmente en la identidad de lo británico que, por primera vez, se jugaba como una baza sugerente dentro de la escena del arte contemporáneo internacional. Unidos estos recursos, a las tendencias globales que pujaban por una descentralización del eje de influencia artística y cultural, anclado en los Estados Unidos, de forma casi exclusiva desde los años cincuenta, supusieron unas circunstancias propicias, para reconfigurar un nuevo panorama cultural internacional. Aquellos que querían ver el declive de Nueva York como capital de la vanguardia, tuvieron durante aquellos años la oportunidad perfecta para relanzar la identidad de Londres como centro de interés económico e influencia artística y cultural. Para la clase cultural y financiera de la *city*, la imperiosa necesidad de construcción de un museo de arte moderno, como será la *Tate Modern*, así como, el objetivo de promover Londres como referente cultural, estaban estrechamente interconectados. Así, a finales de los años ochenta y principios de los noventa, la ciudad de Londres vivió un momento crucial para posicionarse, como enclave cultural de referencia global, si pretendía relanzarse a su vez, como centro financiero de primer orden.

En esta oleada de enfáticas pretensiones, encaja a la perfección la imagen de un movimiento artístico con rostro joven, descarado y desafiante, que se convertirá en un ariete de entrada dentro del complejo panorama artístico internacional. Como apunta Martín, para Damien Hirst, la exposición en la galería neoyorquina de Larry Gagosian “implicaba que podía triunfar en América sin verse obligado a mudarse a América. El auge del nuevo arte británico y su formidable proyección internacional, permitía presagiar a los más optimistas un trasvase inverso al que se realizó en los años 50 hacia el Nueva York del Expresionismo Abstracto” (Martín, 2007: 31).

A su vez el ligero, pero significativo, declive, que experimentará la ciudad de Nueva York a mediados de los noventa, como innegable capital de la vanguardia internacional, no estuvo propiciado precisamente por una crisis financiera, o por una falta de medios, sino principalmente, porque la potente ciudad americana se vio asediada por una tendencia pujante internacional, que exigía una descentralización de la influencia hegemónica que los Estados Unidos habían dictado desde Nueva York, sobre el resto del globo, desde hacía ya prácticamente medio siglo. Ante lo cual, el Londres de principios de los noventa, se convertirá en un actor partícipe de este proceso global de ruptura de la unicidad y monopolio del eje productivo norteamericano. Más allá de lo oportuno del surgimiento y expansión del colectivo YBA, durante el proceso de descentralización del referente global de la capital del arte, hay otra serie de conclusiones que podemos extraer del proceso de legitimación de estos creadores británicos. Una vez analizadas las críticas, a favor y en contra del colectivo, que se difundieron al comienzo de la expansión de los YBA, no logrando alcanzar una resonancia determinante en el mundo del arte, tanto para legitimarles como para rechazarles, podemos entender como conclusión relevante. que tanto, los artistas del YBA, como las instituciones y los agentes del arte que se encontraron sosteniendo esta tendencia, trataron de prescindir del apoyo de la crítica experta para tratar de encumbrarse. De modo análogo, las variadas críticas desaprobadoras que recibieron, no surtieron el efecto pretendido, para truncar la trayectoria de algunos de los artistas del YBA, al menos en lo referente a un periodo reducido de tiempo.

Podemos describir por tanto, que para el caso específico de los YBA, el recorrido trazado por estos, no se corresponde tampoco, con esa línea de acción constante como la descrita por Bowness. Pues contrariamente, este define un proceso de acción que se despliega a través del paso ineludible, de un modo consecutivo, por una serie de diversas esferas de influencia legitimadoras, que se mantienen estables y persistentes frente al sujeto valorado, lo que supone un modelo demasiado hermético y lineal.

Como señalará Stallabrass en su estudio, los artistas del YBA avanzaron tranquilamente durante diez años, sin ningún apoyo teórico de ese tipo y aún afinando más el análisis, sentencia sobre su propuesta y su discurso artístico “vinculado al espíritu de los tiempos y asistido por escritores más populares, es un artículo de consumo que requiere solo el clásico bombo publicitario” (Stallabrass, 2010: 100). Es decir que para Stallabrass, gran número de las obras generadas por los YBA, no son sino los frutos característicos del tiempo presente, iniciado a finales de siglo XX, donde toda creación de éxito a gran escala, estará reglada bajo los parámetros de consumo, donde toda propuesta, debe ser mercantilizable si pretende alcanzar una amplia relevancia social.

Será ya en la segunda mitad del siglo XX, cuando el arte entra de lleno en la lógica de una sociedad de consumo y sus agentes, ya no tienen porqué justificar la intromisión del dinero, en los asuntos supuestamente espirituales o morales del arte. Pero no será exclusivamente el mercado del arte, con sus galeristas y marchantes, quien promovió principalmente este proceso, pues también las instituciones públicas del arte moderno de las grandes potencias de occidente, unieron voluntades para la promoción del arte, como un nuevo y pujante sector mercantil. Por tanto, esta dinámica, propia de los sistemas de producción y mercado, los cuales producen, promocionan y distribuyen cualquier bien o servicio demandable, se aplicó al sistema del arte ya desde las últimas décadas del siglo. Este sistema del arte dejará de necesitar, al menos en el caso específico de nuestro estudio de los YBA, la asistencia o aprobación por parte del mundo de la crítica experta, para situarse en una posición propicia para generar admiración y deseo de consumo.

Simplemente sabiéndose valer de las potentes herramientas del marketing, los medios y la publicidad, los YBA se situaron en las cotizaciones más altas del mercado, así como, posteriormente, consiguieron situarse, incluso dentro de las instituciones más prestigiosas del mundo del arte actual. De este modo, podemos afirmar que para el caso de los YBA, los medios de comunicación de masas, con su lenguaje espectacular, polémico y persuasivo, vinieron a ocupar el vacío de influencia, que el mundo de la crítica experta, había dejado tras la desaparición de la escena actual. Martín describe el papel que los medios ejercieron respecto a los YBA, pues para ella, estos absorbieron "indiscriminadamente todos los discursos, todas las energías, tanto a favor como en contra, y filtrándolas una y otra vez por el tamiz del *entertainment*" (Martín, 2007: 43). Como hemos visto, este tipo de métodos de valoración de las propuestas artísticas, son una muestra más de las consecuencias directas del relativismo cultural, dominante desde la segunda mitad del siglo XX. La expansión y asentamiento de este relativismo cultural, por las principales potencias occidentales, ha significado, la práctica eliminación total de los juicios distintivos y las valoraciones artístico-estéticas sobre los creadores y sus obras.

Acompañado este proceso, por la gran disminución de influencia social que desempeña la crítica experta en la valoración estética del arte, las obras acaban por ser presentadas en base a datos puramente biográficos, relativos a quien son los mayores coleccionistas de dicho artista o en los precios recientes alcanzados en subastas. En esta misma línea, y según el análisis de Stallabrass, esta actitud valorativa sensacionalista, relativista y basada en el lenguaje propio de los medios de comunicación de masas, "es tan solo la condición previa para una instrumentalización más amplia, y es el equivalente estético de la abolición de las barreras comerciales" (Stallabrass, 2010: 70). Por tanto, las propuestas artísticas de los YBA, están construidas sobre un discurso, que se nutre y trabaja con la cultura de masas, que se dirige a un público mayoritario, no elitista y no especializado. Como señalará Stallabrass, la mayor parte de los artistas del YBA "ocultan su conservadurismo tras una apariencia moderna y radical, se han contentado con desempeñar el papel bien remunerado de enanos de la corte" (Stallabrass, 238).

Así, este define su obra como una propuesta conceptual, pero no crítica, pues “una ironía omnipresente e inhabilitante suaviza la obra de una forma que, según la sabiduría popular, debería servir de revulsivo para el espectador, pero que, de hecho, permite convenientemente el consumo del material popular con un deleite estético sin riesgos. La ironía es el lubricante esencial de este mecanismo artístico” (Stallabrass, 2010: 81). Resultando el mensaje final en el que puede resumirse la gran mayoría de las obras propuestas por el YBA, en una suerte de hedonismo nihilista salvaje. Donde se nos invita como espectadores mediáticos de un crudo *reality* televisivo, al disfrute del espectáculo del *shock*, que combina un desprecio por la alta cultura, junto a una apología del poder y del dinero, aunque sea todo presentado bajo un tamiz supuestamente cínico.

Ante lo cual, el público como audiencia crítica, solo nos cabe cuestionarnos el interrogante abierto: ¿hasta qué punto, este arte de los YBA, al igual que muchos otros, característicos del último tercio del siglo XX, han actuado genuinamente cuestionando el poder, la realidad o el sistema del arte? Pues quizás, simplemente basándose en estas actitudes y poses tildadas de ironía, provocación y cinismo, estos movimientos consiguieron precisamente, alcanzar la legitimidad dentro mercado del arte. Un sector mercantil, siempre ávido de un arte rentable, como el *arte del shock*, pues con sus altos niveles de cobertura mediática y audiencias, generó grandes beneficios económicos, basados puramente en la controversia social. Estas altísimas cuotas de atención social, que el arte contemporáneo no estaba habituado a recibir y que los YBA, suscitaron casi desde el nacimiento mismo de sus primeras exposiciones, fueron las que Saatchi y Hirst supieron traducir hábilmente, en reconocimiento social, ventas y acceso directo hacia cuotas superiores de legitimación.

Como hemos visto, en la sociedad de consumo mediatizado de la Inglaterra de los noventa, ni siquiera fue necesario un quinquenio temporal, para completar su proceso de legitimidad social. Transcurrirán escasamente tres años, desde su primera exposición como colectivo, con *Freeze* de 1989, hasta la consagración de algunos de los más afamados de sus miembros, con la primera exposición importante en la *Saatchi Gallery* en el año de 1992.

A pesar de que el proceso que describió Bowness, pueda parecer que responde a una lógica evidente y simple, en la actualidad, un artista es muy probable que deba recorrer aún, desde su primera obra, hasta una legitimación relevante, la totalidad de esos ámbitos o círculos descritos, aunque resulta muy pertinente señalar, que en la práctica, no se dará de una forma sucesiva o lineal como la sugerida por el mismo. Como hemos visto, frecuentemente, estos agentes que actúan en cada estadio, pueden superponerse entre sí o actuar de forma casi simultánea, durante un mismo periodo temporal. La frecuencia con que esto ocurre es dependiente, por un lado, del grado de desarrollo del mercado, las instituciones y mecanismos responsables de la difusión del arte y por otro, de una serie de tendencias sociales en desarrollo desde la modernidad. Según las cuales, este proceso de medidas legitimadoras, sufre una constante aceleración temporal, es decir se acorta sustancialmente y se intensifica, exponencialmente, en el tiempo. Desde hace ya varias décadas, el periodo para completar los ciclos de legitimación en el sistema del arte, se han estado acortando pasmosamente. Tal y como señala Nuria Peist en su estudio, si a principios del siglo XX, este ciclo, solía poseer una duración aproximada de dos décadas hasta su legitimación (Peist, 2012), como hemos analizado en el presente estudio, a finales del siglo XX pasado, este proceso se ha abreviado hasta menos de un quinquenio. Fenómeno de aceleración que no resulta demasiado insólito, porque se corresponde a la par, con el proceso económico global, por el que la producción y el consumo del ciclo económico se han visto altamente acelerados e intensificados.

A la par de la expansión de los medios de comunicación de masas y la red global de Internet, el ciclo de producción, difusión y consumo de información escrita y estímulos visuales, ha sufrido una aceleración de una escala aún mayor. La suma de ambos aspectos, supone en varias facetas de nuestra realidad presente, una correspondiente intensificación y aceleración de la vida económica y social. Podemos ver representado este fenómeno, en el efecto de disolución del esquema de Bowness, el cual tras la inversión, solapamiento o relativa simultaneidad, de los estudiados cuatro círculos de legitimación, deja de estar vigente.

La conquista expansiva que ha experimentado la presencia del arte en la actualidad, ha supuesto un aumento global de museos públicos y privados, galerías, subastas, exposiciones, escuelas, publicaciones, merchandising y en general, un ensanchamiento absoluto del sistema del arte.

Una de las consecuencias de este proceso de expansión del mundo del arte, iniciado en la segunda mitad del siglo XX, sumado al proceso de aceleración e intensificación de la vida social y económica, ha supuesto entre otros aspectos, un aumento muy considerable del consumo artístico. Por ese motivo, la necesaria selección legitimadora de los círculos intermedios descritos por Bowness, para alcanzar la legitimación del gran público, ha terminado por disminuir o finalizar, casi por completo. Para este, cada vez mayor, sistema del arte, no resulta ya imprescindible la función discriminadora de tales instancias. Así, la necesidad imperiosa de suministrar cada vez más obras, a un mercado del arte cada vez mayor, afecta sobremanera a la lógica interna de estos cuatro círculos.

Tal y como señala Alberto Luque Pendón⁹⁴ en su análisis, “no se trata ya tanto de un proceso de criba que separa las obras consagrables de las desestimables, sino de un proceso de criba que estratifica la gran masa de las obras producidas entre las muy valiosas y las menos valiosas” (Luque, 2012). Es así, que puede dar la impresión que el baremo artístico en el que nos movemos en la actualidad, responde a parámetros meramente cuantitativos, respecto a la tasación de las obras en el mercado del arte. Como ya hemos analizado previamente en este estudio, si esto fuese efectivo, estaríamos entonces, ante un nuevo giro hacia el sistema de consagración del ámbito privado, pues siguiendo las hipótesis planteadas por Raymonde Moulin en términos de sistemas de consagración, existen dos tipologías diferenciables, el ámbito público y el ámbito privado.

⁹⁴ Alberto Luque Pendón, Profesor titular de Historia del Arte de la Universidad de Lleida desde 1999. Se licenció en 1992 en Geografía e Historia por la Universidad de Barcelona, donde también impartió clases y se doctoró en Historia del Arte, con una tesis (*Estética de lo volátil*, 1997) sobre los rasgos ocultistas, esotéricos y en general irracionales de la cultura artística contemporánea. Realizó también estudios de ingeniería civil (Caminos, Canales y Puertos), y entre 1993 y 1999 fue profesor numerario de matemáticas en un instituto de enseñanza media (Igualada). Como historiador del arte, sus motivos principales de reflexión e investigación se orientan hacia problemas de la teoría del arte, la historia de la ciencia, la sociología de la cultura y la historia de la educación, y ocasionalmente se ocupa de cuestiones de musicología y literatura.

Nuria Peist, en esta misma línea, afirma que “los artistas de la primera mitad del siglo XX, encontraron en su primer momento de reconocimiento, una validación fundamental en el mercado privado de elaboración de valores económicos y simbólicos, mientras que la última mitad del siglo XX fue testigo de la inmediata reacción del reconocimiento de la administración pública y los museos” (Peist, 2012: 25). Es por eso, que a finales del siglo XX y principios del XXI, podríamos estar experimentando un giro de nuevo, hacia un sistema del arte dominado por la influencia del ámbito privado, o al menos fuertemente influenciado por este. Se trataría entonces, de un retorno a los “valores económicos y simbólicos”, que definía Peist, como propios del inicio del siglo XX, con las primeras vanguardias, como baluarte de tales movimientos artísticos. En definitiva, ya se trate de hecho, de la hegemonía de un sistema de consagración puramente privado o quizás más bien, de una combinación de ambas esferas, lo que nos atañe, para nuestro estudio, es poder determinar la naturaleza de los procesos, que impulsan a la legitimación de ciertas obras y artistas.

Ante lo cual, es preciso concluir, que dichos procesos, se encuentran en constante mutación, pues se basan en principios o criterios subjetivos, intangibles y mutables, pues no se trata tan sólo, de los evidentes vaivenes del gusto a través del tiempo, sino incluso, hasta de la misma disolución de la noción de gusto, como un criterio verdaderamente relevante. En nuestro momento histórico y quizás mayormente en estadios venideros, los criterios del gusto experto, personal, académico o histórico, resultan por completo irrelevantes. Estos, se disuelven íntegramente, en la aceptación social ilimitada de la novedad, como valor intrínseco, en la celebración contemporánea de todo lo nuevo, lo extraño o lo inusual. Sólo en un momento, como el actual, de una producción artística tan rica y extensa, como caótica, libre e inconstante, carente de toda regla referencial o criterio fijo, un público completamente capacitado, física y tecnológicamente competente para encontrar tendencias creativas de toda índole, puede alcanzar una libertad de elección, experimentación y disfrute estético casi absoluto.

Tal y como afirma Alberto Luque, “es algo completamente distinto del interés histórico o intelectual, enciclopédico, por conocer obras de arte; se trata más bien de la experiencia privada, absolutamente subjetiva, del que colecciona estampas y las contempla con asiduidad, sin inquietarse mucho ni poco de la opinión de los eruditos” (Luque, 2012). Este clima de absoluta subjetividad y permisividad artística, supondrá el caldo de cultivo perfecto, para fenómenos como los de las YBA, los cuales se presentaron, expandieron y sucumbieron a la velocidad y trayectoria muy similar, como hemos visto, al de un fenómeno de moda, bien de alta costura o de artistas de música pop. Resaltando un poder comunicativo, como gran marca, por encima de todo, basado en principios de rebeldía, juventud y vulgaridad. Valores preponderantes en el arte establecido de los años noventa, en occidente, con un clima general dominado por un fuerte escepticismo y una ironía anti-teórica. En donde toda propuesta artística, potencialmente, podía tener cabida, siempre y cuando se moldease, dentro de los intereses de las tendencias motoras del sistema del arte vigente.

A pesar de este aparente proceso de democratización del gusto, el sistema de producción y consumo de las obras artísticas seguía, quizás más que nunca, obedeciendo a una serie de mecanismos, que trataban de ser rígidamente regulados. Es por eso, que si tratamos de aplicar el esquema secuencial de Bowness, de una manera mecánica e inflexible, se cometen errores constantes de diversa índole. Por un lado, se pasan por alto, importantes circunstancias, inadvertidas en el sencillo esquema, como la influencia determinante en el proceso de legitimación, que pueden poseer determinados agentes, dentro de un círculo intermedio. También, la posibilidad existente de acceder al último círculo de recepción del gran público, de una manera casi inmediata, debido a la permanente exhibición pública, a la que los nuevos medios pueden someter las propuestas artísticas desde el mismo momento de su creación. Del mismo modo, es difícilmente inevitable, que mientras pares o críticos, aún, estén tratando de decantar sus preferencias, por legitimar a un determinado artista, los marchantes y galeristas se adelanten, a tratar de comercializar determinadas obras, y si su apuesta es bien recibida por coleccionistas y público, pueden perfectamente saltarse, abiertamente de nuevo, el esquema propuesto por Bowness.

Este supondría un modelo muy semejante, al acontecido en la trayectoria de nuestro estudio de caso; Damien Hirst. Es decir, un tipo de artista que adquiere la categoría social de *celebridad referencial*, sin poseer aún, ningún tipo de garantía experta o legitimidad crítica, que lo defina como artista relevante. Se trata de trayectorias, que antes de poder ser clasificadas o avaladas, se distinguirán como propuestas significativas de su tiempo.

Así en lugar de ser catalogadas, como posibles frutos de modas pasajeras o episodios temporales de tendencias, serán tratadas, por medios y parte de agentes y público, como importantes piezas, predestinadas a formar parte del legado artístico que trascenderá a la posteridad. Todo este proceso, se desarrollará ante la mirada atónita de los públicos, que ni siquiera podrán tomarse el tiempo necesario, para que el trabajo y la acción de los tres primeros círculos previos hayan concluido o incluso en determinados casos, ni siquiera comenzado.

Así cuando un artista, como el analizado en este estudio, está en boca de mucha gente o es referido constantemente por los medios, independientemente, de los motivos que susciten su presencia, es muy posible, que se convierta en un referente global del momento, aunque todavía, no haya adquirido una presencia en museos o publicaciones. Aunque no sea posible hablar de él, como un creador definitivamente legitimado, se encuentra, ya, en una etapa bien temprana de su trayectoria, reconocido y discutido por la opinión pública a una escala mundial.

Son estas circunstancias imprevistas, complejas y determinantes, que hacen variar, constantemente, el flujo de las trayectorias de los artistas contemporáneos. Estas variables, no recogidas ni contempladas por Bowness en su esquema, son parte de otra gran falta, a la pretendida validez del esquema. Pues este, da la espalda, a una multiplicidad de interacciones y dialécticas sociales, que pueden darse de manera simultánea, con mayor o menor intensidad, ya desde los comienzos de la trayectoria artística y que poseen una gran influencia determinante.

Esta interpretación de Bowness, que sin duda trata de simplificar, allanando bastante la complejidad de las dinámicas artísticas, no le resta por ello su sentido absoluto o su aplicabilidad al caso contemporáneo del YBA, pues ha servido a lo largo del estudio, como modelo estructural, sobre el que superponer y contrastar sus trayectorias artísticas, destacando sus coincidencias y aciertos y poniendo de relieve sus faltas y discordancias. A pesar de que somos plenamente conscientes, de que el esquema de círculos, puede presentar serias dudas, pues no son pocos los rasgos omitidos o no aplicables, consideramos en su momento, que el patrón de análisis estructural, como hemos visto, puede emplearse de un modo fecundo, como herramienta metodológica en términos comparativos, teniendo siempre en cuenta, como hemos señalado, las diversas condiciones o limitaciones socioeconómicas, propias de cada estadio.

Desde el comienzo del estudio, tomamos la consideración de dejar a un lado, en cierto modo, las faltas o vacíos específicos que podía presentar el modelo, tales como, la señalada inversión en el orden de influencia de los círculos, la simultaneidad de acción de los agentes, la persistencia de la acción de los círculos intermedios, el salto cualitativo que pueden experimentar o la interacción de las trayectorias, con una multiplicidad de otros factores ajenos al mismo, en pos de poder aplicar el análisis de los casos, según este nítido esquema ideal y rigurosamente secuencial. Conscientes de la simplificación que supone, creemos que se trata prácticamente de una necesidad. Pues si no tratamos de esclarecer, definir o contrastar, cómo funcionan las dinámicas internas ideales y simples, difícilmente podríamos poner de relieve lo particular, las excepciones específicas y los matices de los mecanismos de legitimación, de un caso real y paradigmático de nuestro tiempo, como ha sido el caso de los jóvenes artistas británicos.

Este fenómeno social, cultural, comunicativo y artístico, acontecido durante el fin de siglo, merecía de un detenimiento conceptual, que tratara de analizarlo con una perspectiva de marco teórico y social, debido principalmente a su relevancia, como modelo singular y como cambio de paradigma, en las dinámicas internas de legitimación, en el mundo del arte y la cultura contemporánea.

En la segunda mitad del siglo XX, movimientos artísticos como el *Pop art*, introdujeron nuevos temas y modalidades en el mundo del arte, tales como la producción del arte en serie, o la imaginería propia de los medios de comunicación de masas. Fue precisamente, mediante la acción del proceso legitimador del momento, lo que convirtió aquellas propuestas, típicamente populares, mediáticas, sensacionalistas y comerciales, habitualmente situadas muy lejos del pulcro y altivo mundo del arte y la alta cultura, en elementos dignos de museos. Consideradas, en numerosos casos, como piezas de gran valor artístico, principalmente por el discurso narrativo que las sostiene, integrándolas así, en el seno de los mecanismos mismos de legitimación del arte.

En el caso de los YBA en cambio, estos métodos de integración en los procesos de legitimación se llevaron a cabo, en su mayoría, desprovistos de todo discurso narrativo justificable, intenciones, ideología política o fundamentos en favor de un tipo de propuesta artística-estética determinada. Se trató más bien, de un estilo propositivo, basado en ideas retomadas de una suerte de *conceptualismo minimalista*, propia de los previos años setenta y ochenta.

Centrando el análisis en el fenómeno de los YBA, quizás lo más llamativo y rompedor sea, el casamiento formal que se estableció, tanto en sus técnicas y formas, como en sus temas y estilo, entre el respetado mundo del arte y el denostado mundo de la publicidad. Desde sus orígenes promocionales, como el lanzamiento del colectivo, de la mano del gurú publicitario Charles Saatchi, hasta la posterior gestión marketiniana de su propia carrera por Demian Hirst, son algunos destacados ejemplos, de la medida en la que la publicidad, el marketing, las relaciones públicas y las estrategias de mercado, han influido de manera certera, en la configuración de un movimiento consolidado en la cúspide de la especulación financiera. Legitimación, que acontece durante apenas una década floreciente, significativamente previa, al hundimiento monetario que sufrirían los mercados internacionales, hacia el final de la primera década del presente siglo.

Otro aspecto bien llamativo del caso estudiado, no es solo la rapidez con la que estos artistas, consiguen alcanzar altas posiciones de legitimación en el mundo del arte, sino también, a la velocidad con la que, con ellos, se legitiman algunos agentes involucrados en el proceso. Actores, que previamente no eran tan absolutamente conocidos en el sistema del arte, como el galerista Larry Gagosian, la coleccionista qatarí, Shiekha Al-Mayassa⁹⁵ o el mismo, Charles Saatchi. El proceso de legitimación que acompañó el éxito de los YBA, fue un proceso que se fundamentó, sobretudo en sus inicios, en la presentación del colectivo artístico, como una suerte de movimiento característicamente británico y fresco, que era capaz de sumar agentes del arte, al carro de la legitimación social.

Esta identidad construida, unida a una efectiva y poderosa alianza con relevantes agentes del mundo del arte, supuso su gran lanzamiento inicial, que aceleró sobremanera, la trayectoria personal de muchos de sus miembros, pero sobretudo la del estudiado, Damien Hirst. La percepción extendida, de que los YBA pertenecían a una nueva corriente, rompedora y fresca, que triunfaba poderosamente en los mercados, no hizo sino revalidar su ascenso internacional.

A pesar de que buena parte de la crítica experta, pudiera mientras tanto, denunciar abiertamente su falta de discurso, compromiso o contenido, no significó en esta etapa preliminar, un factor que impidiese el desarrollo meteórico del colectivo. La conformación del colectivo, en ningún momento presentó características similares, a la conformación de grupos artísticos previos, como las primeras o segundas vanguardias, los cuales a nivel formal, desarrollaban una serie de experimentaciones estilísticas conjuntas y a nivel ideológico, compartían entre sí una serie de principios o valores artísticos. Aunque también es cierto, que como colectivo, los YBA, compartían algunas semejanzas estilísticas, debido principalmente a su inicial formación conjunta.

⁹⁵ Al Mayassa bint Hamad bin Khalifa Al Thani (1983, Qatar) es la decimocuarta hija del jeque Hamad bin Khalifa, el actual Emir de Qatar, y la hija mayor del emir, Sheikha Mozah bint Nasser al-Missned. Ha sido descrita en algunas publicaciones del mundo del arte, como la figura "más poderosa del mundo del arte". También aparece en la Lista Forbes de mujeres más poderosas e influyentes del mundo.

Además, de que tras los primeros años se establecieron entre algunos de sus miembros, verdaderas alianzas sociales, al compartir afinidades y aspiraciones comunes. A pesar de que esta alianza inicial fuese en extremo importante, en el desarrollo posterior de los acontecimientos, la falta de una cohesión estilística o ideológica interna del colectivo YBA, hará que el grupo, venga a disolverse en un periodo, no demasiado extenso. Hecho que dará pie, al desarrollo de trayectorias individuales por separado, con resultados exageradamente desiguales y variables. La repentina notoriedad, aquí ya analizada, que al menos aparentemente, legitimó a la figura de Hirst, se acrecentó, principalmente, gracias a la participación de una multiplicidad de agentes, que conformaron un sistema de legitimación cada vez más complejo y con mayor grado de autoridad. El cual, estableció como un mecanismo de mercado, la difusión e internacionalización de sus obras a gran escala, para finalmente institucionalizar su figura, al conseguir estar presente en prácticamente la totalidad, de los grandes referentes artísticos del arte actual.

Como hemos visto, el itinerario que trata de definir los círculos de Bowness, no solo resulta incompleto para definir las peculiaridades de una compleja trayectoria artística contemporánea, sino que además, resulta por completo ineficaz, debido a las transformaciones del sistema del arte actual. Mutaciones, basadas en nuevos equilibrios legitimadores del proceso artístico, pero sobretodo en la disolución, casi por completo, de un criterio referencial experto establecido. Será así, que las claves del proceso legitimador se subyugarán, en buena medida, a la pujante acción de los intereses del mercado y los medios de comunicación de masas.

Esta crucial transformación actual del sistema del arte, tanto en lo referente a sus aspectos de producción artística, como en sus propuestas cualitativas, debería haber provocado al mismo tiempo, una transformación dialéctica de la experiencia estética del sistema del arte. En cierto modo, creemos que así ha sido, pues aquel *fin del arte*, anunciado por Arthur Danto, podría ser entendido hoy, como el fin de la fase del desarrollo artístico y la disolución integral de la estética normativa. Lo cual podría equivaler, al nacimiento de una nueva conciencia y percepción artística, donde fuese posible admirar y comprender obras, que serían ininteligibles tan solo unos años atrás, rebasando constantemente los propios

límites establecidos en las artes. Esto, supondría en la práctica, una libertad casi absoluta, tanto en lo referente a la experiencia estética de la producción y difusión de las obras, como en la recepción o el consumo del arte actual.

Así, en esta contemporaneidad, tan alejada de todo dogmatismo formal, se está generando constantemente, una verdadera exaltación de la creación y recepción artística, como un espacio, para la plena libertad de los criterios e intereses sociales más plurales. Es por eso, que más allá de su valía como obras que trasciendan la posteridad, si algunas de estas propuestas artísticas analizadas en el estudio, consiguen llegar hasta nosotros, a pesar de las miles de imágenes y estímulos visuales, que nos asaltan a cada instante, para hacernos reflexionar mínimamente sobre el mundo que nos rodea, entonces seguramente, habrán cumplido el propósito, para el que debieron ser creadas.

BIBLIOGRAFÍA.

- ABBING, Hans, *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2002.
- ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, May, *Dialéctica de la Ilustración*, Trota, Madrid, 1988.
- AGUILERA CERNI, Vicente, *Diccionario del arte moderno*, Valencia, 1979.
- ALBERRO, Alexander, *Art After Conceptual Art*, MIT Press (MA), 2006.
- ANDERSON, Perry, *Los orígenes de la posmodernidad*, Anagrama, Barcelona, 1998.
- ANDERSON, Perry, *Renewals*, New Left Review: nueva serie, n.º 1, 2000.
- ANFAM, David, *El expresionismo abstracto*, Destino, Barcelona, 2002.
- ARGAN, Giulio Carlo, *El arte moderno. Del ilusionismo a los movimientos Contemporáneos*, Ediciones Akal, Madrid, 1998.
- ARNHEIM, Rudolf, *El pensamiento visual*, Paidós, Barcelona, 1986.
- ARRIGHI, G, *El largo siglo XX*. Akal, Madrid, 2000.
- ASSOULINE, Pierre, *L'Homme de l'art*, Gallimard, París, 1989.
- AUMONT, Jacques, *La estética hoy*. Cátedra–Signo e imagen, Madrid, 1998.
- AZNAR ALMAZÁN, Sagrario, *El arte de acción*, Nerea, Hondarribia, 2000.
- BALDASARRE, María Isabel: Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires. Edhasa, Buenos Aires, 2006.
- BALLART HERNANDEZ, Josep, TRESSERAS, Jordi, *Gestión del patrimonio cultural*. Ariel Patrimonio, Barcelona, 2010.
- BARNBROOK, *Damien Hirst: Pictures From the Saatchi Collection*, Harry Abrams, Nueva York, 2001.
- BARR, Alfred Jr, *Cubism and Abstract Art*, The Museum of Modern Art, Nueva York, 1966 (1936).
- BATTACOCK, Gregory, *La idea como arte*, Editorial Gustavo Gil. Barcelona, 1977.

- BAUDRILLARD, Jean. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Telos Press, St. Louis, 1981.
- BAUMANN, Shyon, *A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements*, Poetics, 2007.
- BAXANDALL, Michael. *The Language of Art History*. New Literary History, 1979.
- BENJAMIN, Walter, *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*, ed. Contrahistorias, 2005.
- BENJAMIN, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.
- BECKER, Howard, *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley, 1984.
- BERNARD, Yvonne, GOTTESDIENER, Hana & HERROU, Michel, *Los espacios arquitectónicos*, Psicología del arte y de la estética, Akal, Madrid, 1985.
- BIRD, Jon. *Dystopia on the Thames. Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change*. Routledge Eds. Jon Bird, Londres y Nueva York, 1993.
- BOURDIEU, Pierre, *The rules of art. Genesis and structure of the literary field*. Standford University Press, California, 1996.
- BOLT, Rasmussen M. *Scattered (Western Marxist-Style) Remarks about Contemporary, Art, Its Contradictions and Difficulties*. Third Text, n.º 109, 2011.
- BOLTANSKI, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Akal, Madrid, 2002.
- BONITO OLIVA, Achille, *El arte hacia el 2000*. Akal, Madrid, 1992.
- BORRÁS, Pilar. *El negocio del arte*, Descubrir el Arte, Madrid, Marzo, 2001.
- BOWNESS, Alan, *The condition of success: how the modern artist rises to fame*, Thames and Hudson, Nueva York, 1990.
- BRAUDEL, *Civilización material, economía y capitalismo. El tiempo del mundo*. Alianza, Madrid, 1984.
- BREA, José Luis, *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. CENDEAC, Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo de la Comunidad de Murcia, 2003.

- BROOKS, Laura Wixley, *Damien Hirst and the Sensibility of Shock*, The Contemporary Sublime: Sensibilities of Transcendence and Shock. Ed. Paul Crowther. Art and Design. Academy Editions, Londres, 1995.
- BRUSATIN, Manlio, *Arte pantográfica. Osservazioni sugli organi riproduttivi delle forme*. Rassegna, nº 9, marzo, 1982.
- BRUSATIN, Manlio, *Arte della meraviglia*, Einaudi Saggi, Torino, 1986.
- BRUSATIN, Manlio, *Storia delle immagini*, Einaudi, Torino, 1989.
- BRUCKMANN, *How to promote Art: Lessons from the Twentieth Century's Most Succesful Dealers*. Sotheby's Institute of Art, Londres, 2002.
- BRÜRDEK, Bernhard, *Diseño, Historia, Teoría y práctica del diseño industrial*. Gustavo Gili, Barcelona, 1994.
- BUTTON, Virginia, *The Turner Prize*, Tate Gallery, Londres, 1997.
- BUNGE, Mario, *Emergencia y convergencia. Novedad cualitativa y unidad del conocimiento*. Gedisa, Barcelona, 2004.
- CAREY, John, *What good are the arts?*, Oxford University Press, 2006.
- CARROLL, Noël, *Philosophy of art. A contemporary introduction*. Routledge, Londres, 1999.
- CARROLL, Noël, *Theories of art today*, The University of Wisconsin Press, 2000.
- CARROLL, Noël, *Art in three dimensions*. Oxford University Press, Oxford, 2010.
- CASTRO FLÓREZ, Fernando, *Experiencia y melancolía en la Estética de T.W. Adorno*, Centro Galego de Arte, Santiago de Compostela, 1996.
- CASTRO FLÓREZ, Fernando, *Contra el bienalismo. Crónicas fragmentarias del extraño mapa artístico cultural*, Akal, Madrid, 2012.
- CIRLOT, Juan Eduardo, *Diccionario de símbolos*, Siruela, Madrid, 1997.
- CLAIR, Jean, *L'anatomia impossibile 1895-1995*, Identità e alterità. 46 sposizione internazionale d'arte, Marsilio, Venecia, 1995.
- CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal, 2000.

- COOMARASWAMY, A. K., *The transformation of nature in art*. Harvard University Press, Massachusetts, 1956.
- CRISPOLTI, Enrico, *Cómo estudiar el arte contemporáneo*, Celeste Ediciones, Madrid, 2001.
- CROW, Thomas, *El arte moderno en la cultura de lo cotidiano*, Akal, Madrid, 2002.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. Nueva York, 1996.
- DANTO, Arthur, *Sensation in Brooklyn. The Madonna of the Future: Essays in a Pluralistic Art World*. Los Angeles and London: University of California Press, 2001.
- DANTO, Arthur, *What art is*. Yale University Press, 2013.
- DANTO, Arthur, *The artworld*, J. Phil., 1964.
- DANTO, Arthur, *The end of art: a philosophical defense*, History and Theory, 1998.
- DANTO, Arthur, *Más allá de la caja Brillo*, Akal, Madrid, 2003.
- DANTO, Arthur, *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History*, Princeton University Press, Princeton, 1997.
- DAVIES, S., *The philosophy of art*. Blackwell, 2006.
- DEBRAY, Régis, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, Barcelona, 1994.
- DEMPSEY, Amy, *Estilos, Escuelas y Movimientos. Guía enciclopédica del arte moderno*, Blume, Barcelona, 2002.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Confronting Images: Questioning the Ends of a Certain History of Art*. University Press, University Park: Pennsylvania State, 2005.
- DIEGO, Estrella, *Arte Contemporáneo I. Colección "Conocer el Arte"*, Historia 16, Madrid, 1996.
- DISTÉFANO, María Graciela, *Máscaras y laberintos del mercado de arte*. En Artes plásticas y Mercado en la Argentina de los siglos XIX y XX. Fundación Espigas, Buenos Aires, 2007.

- DÓMINA, Carlos Alberto, *Responsabilidad Social Empresaria. ¿Adopción por convicción o por conveniencia?* Ed. Aplicación Tributaria, Buenos Aires, 2008.
- DORMER, Peter, *El diseño desde 1945*, Destino, Barcelona, 1993.
- DUNCAN, Alistair , *El Art Déco*. Destino, Barcelona, 1994.
- DURAND, Gilbert, *Las estructuras antropológicas del imaginario*, Fondo de cultura económica, Madrid, 2004.
- DUTTON, Denis, *The art instinct: beauty, pleasure, & human evolution*. Oxford University Press, 2009.
- EFFREY, Ian, *La fotografía*, Destino, Barcelona, 1999.
- EFLAND, Arthur D., FREEDMAN, Kerry & STUHR, Patricia, *La educación en el arte posmoderno*, Paidós, Barcelona, 2003.
- EISNER, Elliot W., *Educación la visión artística*, Paidós, Barcelona, 1995.
- ELIADE, Mircea, *Aspectos del mito*, Paidós, Barcelona, 2000.
- ELIADE, Mircea, *El vuelo mágico*, Siruela, Madrid, 1995.
- ELIADE, Mircea, *Imágenes y símbolos*, Taurus, Madrid, 1983.
- ELIADE, Mircea, *Lo sagrado y lo profano*, Paidós, Barcelona, 1998.
- FELDMAN, Edmund Burke, *The Artist: A Social History*, Pearson, 1994.
- FERNÁNDEZ POLANCO Aurora, *Arte povera*, Nerea, Hondarribia, 1999.
- Fontcuberta, Joan, *Fotografía: conceptos y procedimientos*, GG, Barcelona, 1990.
- FOSTER, Hal, *El Artista como etnógrafo. En El retorno de lo real*. Ed. Akal. Madrid, 2001.
- FOSTER, Hal, *El retorno de lo real*, Akal, Madrid, 2001.
- FOUCAULT, Michael, *Las palabras y las cosas*, Siglo veintiuno, Madrid, 1968.
- FOUCAULT, Michael, *Esto no es una pipa*, Barcelona, Anagrama, 1981.
- FOUCAULT, Michael, *Historia de la locura en la época clásica*, Fondo de cultura económica, México, 1967.
- FREELAND, Cynthia. *But Is It Art?* Oxford University Press, Oxford, 2001.

FREY, Bruno, *La economía del arte*, Caja de ahorros de Barcelona, Colección de estudios económicos, nº 18, Barcelona, 2000.

FURIÓ, Vicenç, *Sociología del arte*, Ediciones Cátedra, Madrid, 2000.

FURIÓ, Vicenç, *Arte y reputación, Estudios sobre el reconocimiento artístico*, Colección Memoria Artium, Barcelona, 2012.

GALENSON, D, *Who Are The Greatest Living Artist? The view from the auction market*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, 2005.

GALENSON, D, *Painting outside the lines*, Princeton University Press, Princeton, Nueva York, 2006.

GALENSON, D, *Old Masters and Young Genuises: The Two Life Cycles of Artistic Creativity*, Princeton University Press, Princeton, NY, 2006.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*. Siglo XXI, México, 1979.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Introducción a la sociología de la cultura en Bourdieu, Pierre*. Sociología y Cultura, Grijalbo, México, 1990.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, *La producción simbólica, teoría y método en sociología del arte*, Ed. Siglo veintiuno, México, 2010.

GIUNTA, Andrea, *¿Cuándo empieza el arte contemporáneo? / When Does Contemporary Art Begin?* Fundación arteBA, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2014.

GLASERSFELD, Ernst von, *Despedida de la objetividad*, en WATZLAWICK, Paul, *El ojo del observador*. Contribuciones al constructivismo, Gedisa, Barcelona, 2000.

GLASS, Nicholas. *Damien Hirst: Artist or Brand?* Art Review, Noviembre 2000.

GLOVER, Michael. *Hirst's Gory Display of Melodrama and Mock-Religiosity*. The Independent, Londres, 9 Septiembre 2003.

GOETZMANN, William, RENNEBOOG, Luc y SPAENJERS, Christopher, *Arte y Dinero*, Yale School of Management Working Paper, No. 09-26, Yale School of Management, 2010.

GOFFMAN, Erving, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 2004 (1959).

GOMBRICH, Ernst, *Meditaciones sobre un caballo de juguete. Y otros ensayos sobre la teoría del arte*, Debate, Madrid, 1998.

GOMBRICH, Ernst, HOCHBERG, Julián & BLACK, Max, *Arte, percepción y realidad*, Paidós, Barcelona, 1983.

GOMBRICH, Ernst, *Art and illusion. A study in the psychology of pictorial representation*. Phaidon Press, Londres, 1984.

GOMBRICH, Ernst, *New Light on Old Masters* (vol. 4). Phaidon, 1986.

GOMBRICH, Ernst, *The story of art*. Phaidon, 1995.

GOMBRICH, Ernst, *Concerning 'The Science of Art': Commentary on Ramachandran and Hirstein*, J. Consci. Stu. 2000.

GONZÁLEZ ARCE, J. Damián. *Gremios, producción Artesanal y mercado*. Ed. Universidad de Murcia. Murcia, 2002.

GRAMPP, William, *Arte, inversión y mecenazgo: un análisis económico del mercado del arte*, Ariel, Barcelona, 1991 (1981).

GRAMPP, *Pricing the Priceless: Art, Artist and Economics*, Basic Books, Nueva York, 1989.

GREEN, Christopher, *Arte en Francia. 1900-1940*, Madrid, Cátedra, 2000.

GREENBERG, Clement. *Arte y cultura: ensayos críticos*, Paidós, Barcelona, 2002 (1961).

GUASH, Anna, *El siglo XX (Desde la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días)*, vol 8. *Colección Historia Universal de la Pintura*. Espasa Calpe, Madrid, 1996.

GUASCH, Anna M^a, *Los manifiestos del arte posmoderno*, Akal, Madrid, 2000

GUASCH, Anna M^a, *El arte último del siglo XX. Del postminimalismo a lo multicultural*. Alianza, Madrid, 2000.

GUILBAUT, Serge, *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*, Mondadori, Madrid, 1983.

HASKELL, Francis. *Pasado y Presente en el arte y en el gusto*, Ed. Alianza Forma, Madrid, 1989.

HASKELL, Francis. *Patronos y pintores*, Cátedra. Madrid, 1984.

HATTON, Rita, and WALKER, John A. *Supercollector: A Critique of Charles Saatchi*. 2nd ed. Institute of Artology, Londres, 2003.

HAUSER, Arnold, *The social history of art*. Routledge, Londres, 1999.

HEIDEGGER, Martin, *Identidad y diferencia*, Anthropos, Barcelona, 1988.

HEINICH, Nathalie, *Le triple jeu de l'art contemporain*, Les Éditions de Minuit, París, 1998.

HEINICH, Nathalie, *La sociología del arte*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 2002 (2001).

HENÁNDEZ GUTIÉRREZ, A. Sebastián, *Arte contemporáneo. El siglo xx. Del Neoimpresionismo a las vanguardias históricas*, ACIC, La Laguna, 1996.

HENRI RIVÈRE, George. *La museología*, Ed. Akal, Madrid, 1979.

HILDESLEY, C, *The Complete Guide to Buying and Selling at Auction*, W. Norton, Nueva York, 1997.

HIRST, Damien, *Damien Hirst*, Edición de Ann Gallagher, con contribuciones de Brian Dillon, Michael Craig-Martin, Nicholas Serota, Michael Bracewell, Thomas Crow y Andrew Wilson, Tate Publishing, Londres, 2012.

HIRST, Damien, *The Agony and the Ecstasy: Selected Works, 1989-2004*. Napoli: Electa and Museo Archaeologico Nazionale di Napoli, 2004.

HIRST, Damien, *Beautiful Inside my Head Forever*. 3 vols. London: Sothebys, 2008.

HIRST, Damien, *Damien Hirst*, London: Institute of Contemporary Art and Jay Joplin, Londres, 1991.

HIRST, Damien, *Damien Hirst: Romance in the Age of Uncertainty*. London: White Cube, Londres, 2003.

HIRST, Damien, *I Want to Spend the Rest of My Life Everywhere, with Everyone, One to One, Always, Forever, Now*. First pub. London: Booth-Clibborn Editions, 1997

- HIRST, Damien, *No Sense of Absolute Corruption*. Gagosian Gallery, Nueva York: 1996.
- HIRST, Damien, *Pictures from the Saatchi Gallery*. Booth-Clibborn, Londres, 2001.
- HIRST, Damien, *From the Cradle to the Grave: Selected Drawings: Damien Hirst. Other Criteria*, Londres, 2004.
- HIRST, Damien. *Damien Hirst's Pharmacy*. Sotheby's, Londres, 2004.
- HIRST, D. & BURN, G, *On the way to work*, Universe, Londres, 2002.
- HOLLIS, Richard, *El diseño gráfico*, Destino, Barcelona, 2000.
- HOLZ, Hansheinz. *De la obra a la mercancía*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- HONNEF, Klaus, *Arte contemporáneo*. Taschen, Colonia, 1991.
- HONNETH, Axel, *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*, Crítica, Barcelona, 1997.
- HUYGHE, RENÉ y RUDEL, Jean, *El arte y el mundo moderno*, Planeta, Barcelona, 1972.
- IZQUIERDO, Violeta, *Movimientos artísticos contemporáneos*. Universidad Camilo José Cela, Madrid, 2002.
- JAMESON, Fredric, y ZIZEK, Slavoj. *Estudios Culturales. Reflexión sobre el multiculturalismo*, Paidós, Buenos Aires, 2003.
- JAMESON, Fredric, *Marxism and Postmodernism, The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern*, Verso, Londres, 1998
- JENKINS, Henry, *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Grupo Planeta (GBS), 2008.
- JONES, Jonathan, *He's Gotta Have It*. The Guardian; Saatchi: The Collector's Issue, 4 abril 2003,
- KENT, Sarah. *Shark Infested Waters: The Saatchi Collection of British Art in the 90s*. Zwemmer, Londres, 1994.

- KENT, Sarah. *Young British Artists: John Greenwood, Damien Hirst, Alex Landrum, Langlands and Bell, Rachel Whiteread, the Saatchi Collection*. The Saatchi Gallery, Londres, 1992.
- KRAUSS, Rosalind, *Pasajes de la escultura moderna*, Akal, Madrid, 2002.
- KRISTEVA, J. *Extraños para nosotros mismos*, Plaza y Janés, Barcelona, 1991.
- KUSPIT, Donald, *Signos de Psique en el arte moderno y postmoderno*, Akal, Madrid, 2003.
- LARRAÑAGA, Josu, *Instalaciones*. Nerea, Hondarribia, 2001.
- LE BRETON, D, *Antropología del cuerpo y modernidad*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1990.
- LINDEMANN, *Coleccionar arte contemporáneo*, Taschen, Nueva York, 2006.
- LIPPARD Lucy, *El Pop art*, Destino, Barcelona, 1993.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, J. *Apuntes para la historia de las subastas. Pintura supermillonaria*, Antiquaria, Madrid, Octubre 1992.
- LUCIE-SMITH, Edward, *Artes visuales en el siglo XX*, Könemann, Barcelona, 2000.
- LUKE White, *Damien Hirst and the Sensibility of Shock. The Contemporary Sublime: Sensibilities of Transcendence and Shock*. Ed. Paul Crowther. Art and Design 10. Academy Editions, London, 1995.
- LUQUE, Alberto, *Arte moderno y esoterismo*, Editorial Milenio, Lleida, 2002.
- LYOTARD, Jean-François. *Answering the Question: What Is Postmodernism?*, Manchester University Press, Manchester, 1984.
- MARCHÁN FIZ, Simón, *Las vanguardias históricas y sus sombras (1917-1930)*. Vol. XXXIX de la Summa Artis, Espasa Calpe, Madrid, 2000.
- MARCUSE, Herbert, *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Orbis, Barcelona, 1984.
- MARTÍN, José, *Lo público y lo privado en la gestión de museos. Alternativas institucionales para la gestión de museos*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.

- MARTÍN, Elisabet. *Cómo triunfar en el mundo del arte: estrategias del joven arte británico de los noventa*. Cac Málaga-Junta de Andalucía, Málaga, 2007.
- MARX, Karl, *El Capital*, Tomo I Vol. I y Tomo III Vol. VII sección V, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1998.
- MITCHELL, *Why and How to Define an Artist: Types of Definitions and Their Implications for Empirical Research Results*, Cultural economics, 1992.
- MORRIS, Robert, Anti-form, *Artforum*, abril de 1968.
- MORÍN, Edgar, *El espíritu del Tiempo*, Taurus, Madrid, 1962
- MOULIN, Raymonde, *Le marché de la peinture en France*, Les Editions de Minuit, París, 1967.
- MOULIN, Raymonde, *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, París, 1992.
- NEGRI, Antonio, y HARTDT, Michael. *Empire*. Harvard University Press, Cambridge, Mass. y Londres, 2000.
- NOCHLIN, L, *El Realismo*. Alianza Forma, 1991.
- OSBORNE, Peter, *Conceptual Art. Themes and movements*. Phaidon, 2011.
- OSTERVOLD, Tilman, *Pop art*. Taschen. Colonia, 1992.
- OTEIZA, Jorge, *¿Qué es el arte contemporáneo?*, Cátedra, Universidad Pública de Navarra, Pamplona, 2011.
- PEIST, Nuria, *El éxito en el arte moderno. Trayectorias artísticas y proceso de reconocimiento*, Abada Editores, Madrid, 2012.
- PÉREZ GAULI, Juan Carlos, *El cuerpo en venta*, Cátedra, Madrid, 2000.
- PERNIOLA, M, *El arte y su sombra*. Cátedra, Colección teorema, 2002.
- PEVSNER, Nikolaus, *Los orígenes de la arquitectura y el diseño modernos*, Destino, Barcelona, 1992.
- POGGIOLO, Renato, *Teoría del Arte de Vanguardia*, Revista de Occidente, Madrid, 1964.
- POLI, Francesco. *Producción artística y mercado*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- POWELL, Richard J, *Arte y cultura negros en el siglo XX*. Destino, Barcelona, 2001.

PRECKLER, Ana M^a, *Historia del arte universal de los siglos XIX y XX*. 2 Tomos. Complutense, Madrid, 2003.

PRENDEVILLE, Brendan, *El realismo en la pintura del siglo XX*. Destino, Barcelona, 2001.

PULTZ, John, *La fotografía y el cuerpo*, Akal, Madrid, 2003.

QUEMIN, Alain, *L'art contemporain International: entre les institutions et le marché*. Éditions Jacqueline Chambon, Nîmes, 2002.

RAQUEJO, T, *La maquina de crear sensaciones: Damien Hirst y la última generación de artistas británicos*, Epílogos y prólogos para un fin de siglo: Auditorio de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, Buenos Aires, octubre de 1999.

RAY, Gene. *Joseph Beuys and the after-Auschwitz Sublime. Joseph Beuys: Mapping the Legacy*. Ed. Gene Ray. Distributed Art Publishers and Mable Ringling Museum of Art, Nueva York y Sarasota, 2001.

RAY, Gene. *Little Glass House of Horrors: High Art Lite, the Culture Industry and Damien Hirst*. Third Text, 2004.

RODES, Colin, *Outsider art, Alternativas espontáneas*. Destino, Barcelona, 2002.

ROSENBERG, Harold, *The De-Definition of Art*, Horizon Press, Chicago, Nueva York, 1972.

ROSENBLUM, Bárbara, *Artist as Economic Actor, Art, Ideology and Politics*, Praeger, Nueva York, 1985.

RUHRBER, Karl, *Arte del siglo XX*, Taschen, Madrid, 2001.

RUSH, Michael, *Nuevas expresiones artísticas a finales del siglo XX*, Destino, Barcelona, 2002.

SACCO, Pier Luigi, *L'arte contemporanea italiana nel mondo. Analisi e strumenti*, Skira, Milán, 2005.

SALTZ, Jerry. *More Life: The Work of Damien Hirst*, Art in America, Junio 1995.

SALTZ, Jerry. *So What's New?* The Guardian, sec. Visual Arts: (12-15), Londres, 19 Septiembre 2003.

- SASKIA, Sassen, *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton, 1991.
- SEWELL, Brian. *Damien Hirst. The Reviews That Caused All the Rumpus and Other Pieces*, Bloomsbury, Londres, 1994.
- SEMBACH, Klaus-Jurgen; LEUTHFLUSER, Gabriele y GÖSSEL, Peter, *Diseño del mueble en el siglo XX*. Taschen, Colonia, 1989.
- SICA, Paolo, *Historia del Urbanismo. Siglo XX*, Instituto de Estudios de la Administración Local, Madrid, 1981.
- SIMPSON, Pat, *Sex Death and Shopping: The Commodification of Taboo in the Contemporary Art Market?*, Visual Culture in Britain 4.2, Londres, 2003.
- SHINER, Larry, *La invención del arte. Una historia cultural*, Ediciones Paidós, Barcelona, 2004.
- SMITH, L, *Fair Trade: Art Fairs as a Competitive Strategy for Dealers*, Sotheby's Institute, Londres, 2004.
- SMITH, Terry, *¿Qué es el arte contemporáneo?*, Ediciones Siglo veintiuno, Buenos Aires, 2012.
- SPECTOR, Jack, *Arte y escrituras surrealistas (1919-1939)*, Síntesis, Madrid, 2003.
- STALLABRASS, Julian. *Internet Art: The Online Clash of Culture and Commerce*, Tate Gallery Publishing, Londres, 2003.
- STALLABRASS, Julian, *High Art Lite. Esplendor y ruina del Young British Art*, Ed. Brumaria 19, Madrid, 2010.
- STERNBERG, R. J., & Lubart, T. I. *An investment theory of creativity and its development. Human Development*, Yale University, New Haven, 1991.
- STERNBERG, R. J., & Lubart, T. I. *Buy low and sell high: An investment approach to creativity. Current Directions in Psychological Science*, 1992
- STERNBERG, R. J. *An investment approach to creativity: Theory and data*. In S. M. Smith, T. B. Ward, & R. A. Finke, *The creative cognition approach*, MIT Press, Cambridge, MA, 1995.
- SUREDA, Joan, *Summa pictórica. Historia universal de la pintura*. Vol. 10. Ed. Planeta, Madrid, 2002.

- SOLOMON, M., *Consumer behavior: Buying, having and being*, Prentice Hall 2003.
- TAYLOR, Brandon, *Arte hoy*. Madrid, Akal, 2000.
- THOMPSON, Don, *El tiburón de 12 millones de dólares*, Ariel, Barcelona, 2010.
- TIETZ, Jürgen, *Historia de la arquitectura del siglo XX*. Köneman, Colonia, 1999.
- URBAN, A. *Manipulation and the Contemporary Art Market: An Examination of Charles Saatchi*, Sotheby's Institute, Londres, 2003.
- VAN DIJK, Teun, *Ideología y análisis del discurso*, Utopía y Praxis. Latinoamericana v.10 n.29. Maracaibo, 2005.
- VETESSE, Angela, *Invertir en arte. Producción, promoción y mercado del arte contemporáneo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 2002.
- VILLAR MOVELLÁN, Alberto, *Arte Contemporáneo I*. Colección "Conocer el Arte", Historia 16, Madrid, 1996.
- WALLIS, Brian, *Arte después de la modernidad*, Akal, Madrid, 2001.
- WALTHER, Ingo, *Arte del siglo: XX*, 2 tomos. Taschen, Colonia, 1999.
- WOOD, Christopher, *The Great Art Boom*, Art Sales Index, Weybridge, 1997.
- ZELDITCH, M. *Processes of legitimation: recent developments and new directions*, Social Psychology Quarterly, Vol. 64, N. 1, 2001.
- ZIZEK, Slavoj, *Multiculturalism or the Cultural Logic of Multinational Capitalism*, New Left Review, no. 225, Septiembre–Octubre, 1997.
- ZOLBERG, Vera, *Sociología de las artes*, Fundación Autor, Madrid 2002.

WEBGRAFÍA

ARENDT, Paul. "Hirst Show 'Terrible, Say New York Critics.'" Guardian 7 April 2005.

<http://www.guardian.co.uk/arts/news/story/0,11711,1453803,00.html>

ARTFACTS.NET, <http://www.artfacts.net/>

ARTNET.COM, <http://www.artnet.com/>

CAMPBELL-JOHNSTON, Rachel. *Damien Hirst: The Murderme Collection at the Serpentine Gallery*. The Times, 25 Noviembre 2006, Ed. online, sec. Visual Art: <http://entertainment.timesonline.co.uk/article/0,,14936-2470568,00.html>

DONOHUE, W., *Beastly exhibit at Brooklyn Museum of art*, catholicleague.org 1999. <http://www.catholicleague.org/beastly-exhibit-at-brooklyn-museum-of-art/>

GILL, Charlotte. *Has Damien Hirst Gone Too Far This Time?*, Daily Mail, 22 Junio 2006, Ed online: <http://www.mailonsunday.co.uk/news/article-391913/Has-Damien-Hirst-gone-far-time.html>

HIRST, Damien, and BURN, Gordon, *Bacon's Got the Guts*, The Guardian, 8 October 2001. <http://www.guardian.co.uk/arts/story/0,3604,564992,00.html>

HIRST, Damien, *Interview with Damien Hirst*. Furbal 29 April 1994. archived <http://dh.ryoshuu.com/press/1994furbal.html>

HIRST, Damien, *The Naked Hirst (Part 2)*. The Guardian, 6 October 2001. <http://www.guardian.co.uk/weekend/story/0,3605,564027,00.html>

INPUT.ES, <http://www.input.es/>

JONES, Jonathan, *Do Rich Artists Make Bad Art?* The Guardian, 27 Abril 2006, Ed online ed. <http://arts.guardian.co.uk/features/story/0,1762256,00.html>

JONES, Jonathan, *Fresh out of Ideas: The Problem Is Not Damien Hirst's Borrowing from Others, but His Own Loss of Originality*. The Guardian, 25 Octubre 2006, Ed online: <http://www.guardian.co.uk/commentisfreestory/0,1930623,00.html>

JONES, Jonathan, *Is This the Birth of 21st-Century Art?* The Guardian, 5 junio 2007, Ed online: <http://arts.guardian.co.uk/art/visualart/story/0,2095607,00.html>

KAMP, David. "London Swings Again!" Vanity Fair March 1997. Online at Vanity Fair's website:

<http://www.vanityfair.com/magazine/archive/1997/03/london199703>

LUQUE Pendón, Alberto, *¿De qué depende el éxito en el mundo artístico?*, Web Constelación, 2012.

<http://konstelacio.blogspot.de/2012/08/de-que-depende-el-exito-en-el-mundo.html>

PLACA, Joe La. *Damien Agonistes*, artnet.com, 22 diciembre 2004, sec. Features:

<http://www.artnet.com/Magazine/features/laplaca/laplaca12-22-04.asp>

SALTZ, *The Emperor's New Paintings*, Arnet Magazine, 6 de abril 2005.

<http://www.artnet.com/Magazine/features/jsaltz/saltz4-6-05.asp>

SEARLE, Adrian. *British Art with Attitude*. Independent, 14 November 1995.

Ed online, FindArticles.com:

http://findarticles.com/p/articles/mi_qn4158/is_19951114/ai_n14017928